LA CULTURE EN PERSPECTIVE

Bulletin trimestriel du Programme de la statistique culturelle

N° 87-004-XPB au catalogue

Vol. 15, n° 1

Les répercussions du secteur de la culture sur l'économie du Canada

par Vik Singh

Le présent article est une adaptation du document *Contribution économique de la culture au Canada*, publié dans la série des documents de recherche de la Division de la culture, du tourisme et du Centre de la statistique de l'éducation. La présente version a été mise à jour avec des données de 2002. Le document original est disponible sur le site Web de Statistique Canada à l'adresse http ://dissemination.statcan.ca:8083/francais/research/81-595-MIF/81-595-MIF2004023.pdf.

L'auteur du présent article examine la contribution du secteur de la culture à l'économie du Canada. Elle mesure l'incidence de ce secteur sur le produit intérieur brut (PIB) et sur l'emploi. En 2002, le PIB découlant d'activités du secteur culturel a atteint plus de 39 milliards de dollars, une augmentation de 37 % par rapport aux quelque 29 milliards de dollars enregistrés en 1996. Cette hausse correspond à la croissance globale de l'économie du Canada (37 %) pendant cette période. La contribution du secteur culturel à l'économie canadienne représentait environ 3,8 % du PIB du Canada en 2002.

L'importance du secteur culturel dans l'économie canadienne peut également être mesurée en examinant l'emploi dans ce secteur. En moyenne, plus d'un demi-million de Canadiens travaillaient dans le secteur de la culture durant chaque année de la période allant de 1996 à 2002. L'emploi dans ce secteur a connu une progression constante pendant cette période. Il a en effet augmenté de 15 %, passant d'environ 517 800 en 1996 à 597 700 en 2002.

Nota
Les analyses précédentes de l'emploi dans le secteur de la culture ont donné des résultats différents de ceux dont nous faisons état ici. L'adoption du *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*, publié en août 2004, a conduit à l'utilisation d'une définition du secteur de la culture différente de celles utilisées dans les études précédentes. On peut donc s'attendre à ce que les chiffres sur l'emploi présentés ici soient différents de ceux des précédentes analyses.

PIB des sous-secteurs culturels

Le sous-secteur des *médias écrits*, qui englobe les entreprises œuvrant dans le domaine de l'édition (journaux, livres et périodiques), a contribué le plus largement au PIB du secteur culturel. Entre 1996 et 2002, son apport s'est élevé à environ 14 milliards de dollars ou 47 % du

Dans le présent numéro. . .

Articles :

- Les répercussions du secteur de la culture sur l'économie du Canada 1
- L'économie des provinces et le secteur de la culture 6
- Brancher la culture 9

Données provinciales et territoriales :

- Arts d'interprétation, 2003 12

Saviez-vous que? :

- Nouvelles données sur les établissements du patrimoine, 2002 14

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Tableau 1
PIB du secteur culturel

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Moyenne (1996 à 2002)	Variation en pourcentage (1996 à 2002)	Taux moyen de croissance annuelle (1996 à 2002)
PIB canadien total (millions de dollars courants)	774 404	816 763	840 473	903 750	995 219	1 022 055	1 060 229	916 128	36,9	5,4
Plb total du secteur culturel (millions de dollars courants)	29 233	30 441	32 375	33 953	37 489	38 486	39 923	34 557	36,6	5,4
Pourcentage du PIB du secteur culturel par rapport au PIB canadien	3,8	3,7	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8		

Source : Statistique Canada.

Tableau 2
Emplois du secteur culturel

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Moyenne (1996 à 2002)	Variation en pourcentage (1996 à 2002)	Taux moyen de croissance annuelle (1996 à 2002)
Total des emplois du secteur culturel	517 800	513 100	537 300	554 400	604 900	611 000	597 700	562 300	15,0	2,5
Total des emplois au Canada	13 462 600	13 744 400	14 140 400	14 531 200	14 909 700	15 076 800	15 411 800	14 468 100	15,0	2,3
Pourcentage des emplois du secteur culturel par rapport au total des emplois au Canada	3,8	3,7	3,8	3,8	4,1	4,1	3,9	3,9		

Source : Statistique Canada.

PIB de la culture. La plus grande partie du PIB de ce sous-secteur provenait de la publication de journaux. Les sous-secteurs de la *radiodiffusion* et du *cinéma* sont également des acteurs importants, leurs contributions respectives représentant 13 % et 9 % du PIB du secteur culturel. Les salaires et traitements comptaient pour la majeure partie du PIB de l'industrie du *cinéma* et de la *radiodiffusion*. Ensemble, les trois sous-secteurs ayant fait meilleure figure (*médias écrits*, *radiodiffusion* et *cinéma*) ont engendré presque la moitié du PIB du secteur culturel, en moyenne, pendant la période à l'étude. Il n'est pas surprenant de constater que ces trois sous-secteurs, qui sont surtout composés d'établissement à but lucratif, venaient en tête du secteur culturel lorsqu'on les comparait aux autres sous-secteurs qui sont presque entièrement composés d'établissement à but non lucratif (les *bibliothèques* et les *arts d'interprétation*, par exemple).

Le sous-secteur de la *radiodiffusion*, qui comprend des établissements de radiodiffusion privée et publique (radio et télévision), a engendré un PIB moyen d'environ 4 milliards de dollars par année. Dans ce sous-secteur, la majorité du PIB était attribuable à la radiodiffusion privée, soit environ 73 %, dont la majeure partie provenait de la télédiffusion plutôt que de la radiodiffusion. La radiodiffusion publique et non commerciale (la Société Radio-Canada, par exemple) représentait la portion restante du PIB du sous-secteur de la *radiodiffusion*. Le troisième sous-secteur culturel en importance, en ce qui concerne la contribution au PIB, était l'industrie du *cinéma*, formée d'établissements travaillant à la création, à la production et à la distribution de films et de vidéos. Ce sous-secteur a engendré un PIB moyen de 2,7 milliards de dollars de 1996 à 2002.

Croissance du PIB dans les sous-secteurs culturels

En comparant les taux de croissance du PIB des sous-secteurs culturels, nous remarquons que presque tous ces sous-secteurs, sauf ceux des *arts visuels*, de l'*enregistrement sonore et édition musicale*, des *arts d'interprétation* et des *bibliothèques*, ont connu une hausse de 1996 à 2002. Les sous-secteurs du *design*, des *médias écrits*, de la *radiodiffusion* et du *patrimoine* ont enregistré une augmentation année après année. Le sous-secteur ayant connu la croissance la plus rapide était celui des *festivals*, dont le taux moyen de croissance annuelle se situait à 14 % de 1996 à 2002.

Tableau 3
PIB du secteur culturel selon les sous-secteurs

Sous secteurs culturels (millions de dollars courants)	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Moyenne (1996 à 2002)	Part (en pourcentage du PIB du secteur culturel (1996 à 2002)
Médias écrits	11 787	12 619	13 328	13 843	15 576	16 745	17 368	14 467	47
Radiodiffusion	3 347	3 781	3 782	3 857	4 237	4 468	4 743	4 031	13
Cinéma	2 113	2 124	2 565	2 876	3 069	3 212	3 107	2 724	9
Publicité	1 731	1 840	1 851	2 235	2 532	2 493	2 553	2 176	7
Arts d'interprétation	1 460	1 368	1 563	1 582	1 303	1 373	1 428	1 440	5
Arts visuels	1 239	1 105	1 174	1 286	1 209	1 020	967	1 143	4
Bibliothèques	1 156	1 146	1 137	1 128	1 120	1 113	1 105	1 129	4
Design	844	899	916	946	1 020	1 039	1 096	966	3
Enregistrement sonore et édition musicale	931	1 043	1 124	776	852	807	801	905	3
Patrimoine	812	829	877	921	970	1 010	1 093	930	3
Architecture	627	553	742	764	1 024	916	969	799	3
Photographie	322	232	234	359	375	343	388	322	1
Festivals	34	34	45	50	57	65	74	51	0

Source : Statistique Canada.

Tableau 4
Taux de croissance du PIB dans les sous-secteurs culturels

Sous-secteurs culturels	Variation en pourcentage							Taux moyen de croissance annuelle
	1996 à 1997	1997 à 1998	1998 à 1999	1999 à 2000	2000 à 2001	2001 à 2002	1996 à 2002	1996 à 2002
Festivals	-1,2	33,7	11,3	13,7	13,7	13,8	117,6	14,2
Architecture	-11,7	34,1	2,9	34,0	-10,5	5,8	54,5	9,1
Publicité	6,3	0,6	20,7	13,3	-1,6	2,4	47,5	7,0
Médias écrits	7,1	5,6	3,9	12,5	7,5	3,7	47,3	6,7
Cinéma	0,5	20,7	12,1	6,7	4,6	-3,3	47,0	6,9
Radiodiffusion	13,0	0,02	2,0	9,8	5,5	6,2	41,7	6,1
Patrimoine	2,1	5,9	5,0	5,3	4,2	8,2	34,6	5,1
Design	6,5	1,9	3,2	7,8	1,9	5,5	29,9	4,5
Photographie	-27,9	0,9	53,2	4,5	-8,6	13,1	20,5	5,9
Arts d'interprétation	-6,3	14,2	1,2	-17,6	5,4	4,0	-2,2	0,2
Bibliothèques	-0,8	-0,8	-0,8	-0,7	-0,7	-0,7	-4,4	-0,7
Enregistrement sonore et édition musicale	12,0	7,8	-31,0	9,9	-5,3	-0,7	-14,0	-1,2
Arts visuels	-10,8	6,2	9,6	-6,02	-15,6	-5,2	-22,0	-3,6

Source : Statistique Canada.

Incidence de la culture sur l'emploi

L'importance du secteur culturel dans l'économie canadienne peut également être mesurée en examinant la situation de l'emploi. En moyenne, plus d'un demi-million de Canadiens travaillaient dans le secteur culturel durant chaque année de la période allant de 1996 à 2002. Le nombre total d'emplois dans le secteur a augmenté de 15 %, passant d'environ 517 800 en 1996 à 597 700 en 2002. Environ 3,9 % de tous les emplois au Canada se retrouvaient dans le secteur culturel, ce qui était légèrement supérieur au PIB total engendré par ce secteur (3,8 %) au cours de la même année.

Entre 1996 et 2002, l'emploi dans le secteur de la culture a augmenté au même rythme ou presque que l'emploi dans l'ensemble de l'économie canadienne. Cependant, le taux de croissance de l'emploi dans le secteur culturel a connu des fluctuations considérables pendant cette période. La plus importante croissance de l'emploi dans le secteur culturel s'est produite de 1999 à 2000 (9 %), et l'emploi a régressé de 1 % de 1996 à 1997 et de 2 % de 2001 à 2002. Il est intéressant de noter que le taux de croissance du PIB et de l'emploi dans le secteur de la culture ont tous deux connu un sommet de 1999 à 2000.

Le taux de chômage dans le secteur culturel a été inférieur au taux global de chômage au Canada (6 % contre 8 %), en moyenne, de 1996 à 2002. Il est possible que cela soit dû au fait qu'en moyenne une plus grande proportion de la main-d'œuvre du secteur culturel était composée de

travailleurs indépendants que ce que l'on retrouve dans l'économie en général (25 % contre 16 %). Cette situation est en grande partie attribuable à la structure de l'emploi fondée sur l'affectation des travailleurs à des projets particuliers. Le sous-secteur du *cinéma* est un exemple éloquent de cette activité reposant essentiellement sur des projets. Une autre constatation importante est qu'environ 5 % seulement des emplois du secteur culturel se trouvaient dans le secteur public par rapport à 19 % de tous les emplois pour le Canada pendant cette période.

Les travailleurs du secteur culturel sont un peu moins susceptibles que l'ensemble des travailleurs d'occuper un emploi à plein temps. En 2002, 77 % des travailleurs du secteur culturel travaillaient à plein temps, comparativement à 81 % de la population active totale du Canada. Ces résultats sont similaires à ceux d'autres études ayant conclu que les travailleurs à temps partiel ou les travailleurs indépendants sont beaucoup plus nombreux dans le secteur culturel que sur le marché du travail en général[1]. La plus grande proportion d'emplois à temps partiel dans le secteur culturel par rapport à l'ensemble de l'économie est représentative de la nature unique de certains emplois du secteur culturel, comme l'écriture, qui ont tendance à être à temps partiel

L'emploi dans les sous-secteurs culturels

Les trois grands sous-secteurs culturels au chapitre du PIB étaient également les plus importants pour ce qui est de l'emploi : *médias écrits*, *radiodiffusion* et *cinéma*. Le sous-secteur des *médias écrits* comptait en moyenne pour 31 % de l'emploi dans le secteur culturel de 1996 à 2002, période pendant laquelle l'emploi dans ce sous-secteur s'est accru d'environ 2 %, à 158 900 travailleurs. Tout comme c'était le cas pour le PIB, la plupart des emplois dans les *médias écrits* (70 %) ont été créés par la publication de journaux.

Au chapitre de l'emploi, les autres grands sous-secteurs étaient le *cinéma* et la *radiodiffusion*, représentant respectivement 14 % et 10 % de l'emploi dans le secteur culturel. Environ 71 600 personnes en moyenne travaillaient dans le sous-secteur du *cinéma* au cours de la période, et 49 200, dans le sous-secteur de la *radiodiffusion*. Tout comme pour le PIB, la plus grande proportion de l'emploi dans le sous-secteur de la *radiodiffusion* se trouvait dans le secteur privé, particulièrement en ce qui a trait à la télévision.

En comparant la composition du PIB culturel à celle de l'emploi pour les mêmes sous-secteurs, on observe des ressemblances et des différences intéressantes. Les *média écrits*, par exemple, ont compté pour une part considérablement plus importante du PIB (47 %) que de l'emploi (31 %) du secteur culturel. Le sous-secteur du *design*, où travaillaient 9 % des employés du secteur culturel, ne produisait que 3 % du PIB de ce secteur. D'un autre côté, certains sous-secteurs culturels ont présenté un écart plus petit entre leur part du PIB et leur part de l'emploi. Par exemple, l'*enregistrement sonore et édition musicale* représentait 3 % du PIB du secteur culturel et 3 % des employés.

Croissance de l'emploi dans les sous-secteurs culturels

À l'exception des sous-secteurs de la *photographie* (-18 %), des *arts d'interprétation* (-1 %), des *bibliothèques* (-0,4 %) et du *design* (-2 %), l'emploi moyen a progressé dans tous les sous-secteurs culturels au cours de

1. *F. Benhamou, (2000), « The Opposition of Two Models of Labour Market Adjustment. The Case of the Audiovisual and Performing Arts in France and the United Kingdom », Journal of Cultural Economics, nº 24, p. 301-319.*

Tableau 5
Caractéristiques des travailleurs du secteur culturel

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Moyenne (1996 à 2002)
					%			
Travailleurs du secteur culturel occupant un poste à plein temps	78	77	78	79	79	78	77	78
Travailleurs occupant un poste à plein temps au Canada	81	81	81	82	82	82	81	81
Taux de chômage dans le secteur culturel	7	6	5	5	5	5	6	6
Taux de chômage au Canada	10	9	8	8	7	7	8	8
Secteur culturel								
Employés dans le secteur public	4	4	3	5	6	6	5	5
Employés dans le secteur privé	72	70	70	71	71	71	71	71
Travailleurs indépendants	24	26	26	26	25	25	25	25
Canada								
Employés dans le secteur public	19	18	18	18	19	19	19	19
Employés dans le secteur privé	65	65	65	65	65	66	66	65
Travailleurs indépendants	16	17	17	17	16	15	15	16

Source : Statistique Canada.

Tableau 6
Emploi du secteur culturel selon les sous-secteurs

Sous-secteurs culturels	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Moyenne (1996 à 2002)	Part (en pourcentage) de l'emploi du secteur culturel (moyenne 1996 à 2002)
Médias écrits	156 000	160 000	150 600	151 200	168 000	165 500	158 900	158 600	31
Cinéma	44 000	49 800	63 800	78 800	84 000	91 800	88 700	71 600	14
Radiodiffusion	45 900	42 400	47 000	45 500	51 500	56 600	55 200	49 200	10
Design	44 700	42 000	42 400	42 500	45 900	44 600	43 700	43 700	9
Publicité	36 400	36 400	39 900	42 000	47 100	49 000	48 600	42 800	8
Patrimoine	31 900	32 000	33 300	34 800	35 100	35 600	35 900	34 100	7
Bibliothèques	24 700	24 700	24 700	24 700	24 700	24 600	24 600	24 700	5
Arts d'interpretation	24 000	21 600	22 200	20 900	21 000	21 100	23 700	22 100	4
Enregistrement sonore et édition musicale	16 100	18 000	21 100	17 400	15 200	17 200	13 000	16 900	3
Arts visuels	13 300	12 000	14 700	15 900	14 300	13 200	13 600	13 900	3
Architecture	10 000	9 700	12 200	14 400	18 200	15 700	17 100	13 900	3
Photographie	11 600	8 000	7 500	10 000	9 100	8 600	9 500	9 200	2
Festivals	2 300	2 300	2 900	3 200	3 600	4 000	4 300	3 200	1

Sources : Statistique Canada et le ministère du Patrimoine canadien.

la période allant de 1996 à 2002. Les taux de croissance de l'emploi des sous-secteurs du *cinéma*, des *festivals*, de la *publicité*, de l'*architecture* et de la *radiodiffusion* ont dépassé ceux du secteur culturel en général.

Le *cinéma*, qui se classait au deuxième rang des sous-secteurs culturels pour ce qui est de la hausse du PIB, affichait la croissance la plus rapide de l'emploi, celui-ci ayant plus que doublé au cours de la période. Cet essor était surtout attribuable à la croissance de l'emploi dans les activités de production et de vente au détail. Toutefois, toujours en ce qui concerne le *cinéma*, l'emploi a accusé un recul de 3 % entre 2001 et 2002. Les *festivals* et l'*architecture* étaient deux autres sous-secteurs en plein essor, avec des taux de croissance de 87 % et de 71 % respectivement de 1996 à 2002. La progression de l'emploi dans le sous-secteur de l'*architecture* était surtout attribuable à la hausse des emplois à plein temps. La comparaison des taux de croissance au fil du temps révèle que six sous-secteurs culturels sur 13 ont subi un recul de 1996 à 1997 et de 2001 à 2002, tandis que 11 sous-secteurs culturels sur 13 ont affiché un gain de 1997 à 1998.

Tableau 7
Taux de croissance de l'emploi dans les sous-secteurs culturels

Sous-secteurs culturels	Variation en pourcentage							Taux moyen de croissance annuelle (1996 à 2002)
	1996 à 1997	1997 à 1998	1998 à 1999	1999 à 2000	2000 à 2001	2001 à 2002	1996 à 2002	
Cinéma	13,2	28,1	23,5	6,6	9,3	-3,4	101,6	12,9
Festivals	0,0	26,1	10,3	12,5	11,1	7,5	87,0	11,3
Architecture	-3,0	25,8	18,0	26,4	-13,7	8,9	71,0	10,4
Publicité	0,0	9,6	5,3	12,1	4,0	-0,8	33,5	5,0
Radiodiffusion	-7,6	10,8	-3,2	13,2	9,9	-2,5	23,3	3,4
Patrimoine	0,3	4,1	4,5	0,9	1,4	0,8	12,5	2,0
Enregistrement sonore et édition musicale	11,8	17,2	-17,5	-12,6	13,2	-24,4	6,8	-2,1
Arts visuels	-9,8	22,5	8,2	-10,1	-7,7	3,0	2,3	1,0
Médias écrits	2,6	-5,9	0,4	11,1	-1,5	-4,0	1,9	0,5
Bibliothèques	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,4	0,0	-0,4	-0,1
Arts d'interprétation	-10,0	2,8	-5,9	0,5	0,5	12,3	-1,3	0,0
Design	-6,0	1,0	0,2	8,0	-2,8	-2,0	-2,2	-0,3
Photographie	-31,0	-6,3	33,3	-9,0	-5,5	10,5	-18,0	-1,3

Source : Statistique Canada.

Résumé

Le présent article a examiné la contribution du secteur de la culture à l'économie canadienne en mesurant son incidence sur le PIB et l'emploi. Pendant la période allant de 1996 à 2002, le taux de croissance du secteur de la culture a égalé celui de l'économie totale sur les plans du PIB et de l'emploi.

Le secteur culturel a engendré plus de 34 milliards de dollars en PIB (environ 3,8 % du PIB canadien), en moyenne, de 1996 à 2002. Le PIB du secteur culturel a augmenté au même taux que le PIB canadien total (37 %) pendant cette période.

Les *média écrits*, la *radiodiffusion* et le *cinéma* ont été les plus performants au chapitre du PIB et de l'emploi dans le secteur culturel. Ensemble, ces sous-secteurs représentaient 69 % du PIB du secteur culturel et 55 % des emplois, en moyenne, au cours de la période allant de 1996 à 2002. Les *média écrits* constituaient le sous-secteur culturel le plus important en ce qui concerne le PIB et l'emploi : ce sous-secteur représentait 47 % du PIB et 31 % de l'emploi du secteur culturel, en moyenne, dans la période 1996-2002.

La contribution globale du secteur culturel à l'emploi au Canada a représenté en moyenne un peu plus d'un demi-million d'emplois au cours de la période allant de 1996 à 2002. L'emploi dans le secteur culturel s'est développé au même rythme que l'emploi dans l'économie canadienne (15 %), comme c'était le cas avec le PIB. Le secteur culturel a en outre fortement contribué à la création d'emplois au Canada. Environ 3,8 % de tous les emplois créés chaque année au Canada au cours de la période visée l'ont été dans le secteur culturel.

Même si la plupart des emplois du secteur culturel étaient des postes à plein temps, une plus petite partie de la main-d'œuvre de ce secteur occupait un emploi à plein temps que la population active canadienne. En moyenne, 78 % de la population active du secteur culturel occupait un poste à plein temps, comparativement à 81 % de la population canadienne active employée au cours de la période étudiée.

Le travail indépendant constituait également un facteur important. En moyenne, au cours de la période allant de 1996 à 2001, plus d'un quart des travailleurs du secteur culturel étaient des travailleurs indépendants, une proportion supérieure à l'ensemble du Canada. Le secteur culturel était aussi moins dépendant du secteur public. Seulement 8 % des travailleurs du secteur culturel œuvraient dans le secteur public, comparativement à 19 % de tous les travailleurs canadiens.

Même si le secteur culturel représentait moins de 4 % du PIB et de l'emploi à l'échelle canadienne, l'étude montre que le PIB et l'emploi provenant du secteur culturel ont connu plus ou moins la même progression que l'économie canadienne globale. Ces tendances positives constantes en ce qui concerne l'apport au PIB et à l'emploi renforcent l'importance du secteur culturel en tant que facteur ayant contribué à la croissance économique canadienne. Il convient également de souligner que seul l'effet direct de la culture a été évalué. Les effets indirects et induits du secteur culturel n'ont pas été étudiés. Si on en tenait compte, cela augmenterait encore la magnitude des retombées économiques du secteur culturel. De plus amples recherches sont nécessaires pour les étudier et les estimer.

***Vik Singh** est analyste au Programme de la statistique culturelle.*

□

L'économie des provinces et le secteur de la culture

par Vik Singh

Le présent article est une adaptation du document Contribution économique de la culture au Canada – une perspective provinciale, publié dans la série des documents de recherche de la Division de la culture, du tourisme et du Centre de la statistique de l'éducation. Le document original est disponible sur le site Web de Statistique Canada à l'adresse http://dissemination.statcan.ca:8083/francais/research/81-595-MIF/81-595-MIF2004025.pdf.

Dans le présent document, nous évaluons et analysons les répercussions du secteur culturel sur l'économie des provinces canadiennes pour la période allant de 1996 à 2001. L'auteur examine la contribution du secteur culturel au produit intérieur brut (PIB) et à l'emploi des provinces. Selon le *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*[1], la culture comprend « les activités créatives artistiques et les biens et services qui en découlent, et la préservation du patrimoine humain ». Le présent document évalue les répercussions économiques du secteur culturel et non de la culture en général, c'est-à-dire qu'il évalue le PIB et l'emploi découlant du secteur culturel tel qu'il est défini par le cadre.

Répercussions de la culture sur le PIB

En moyenne, c'est l'apport de l'Ontario qui a été le plus important pour le PIB culturel total du Canada (47 %), suivi de celui du Québec (23 %) et de celui de la Colombie-

1. *Statistique Canada (2004),* Cadre canadien pour les statistiques culturelles, *série de documents de recherche, nº 81-595-MIF2004021 au catalogue, Programme de la statistique culturelle, Statistique Canada, disponible à l'adresse http://dissemination.statcan.ca:8083/francais/research/81-595-MIF/81-595-MIF2004021.pdf.*

Britannique (12 %), pendant la période allant de 1996 à 2001. Ensemble, ces trois provinces comptaient pour plus des trois quarts du PIB culturel canadien, en moyenne. Le PIB culturel de ces provinces a également connu une forte croissance, même si le Québec et la Colombie-Britannique ont été les seules provinces à afficher une hausse de leur PIB culturel pendant chaque année analysée dans le présent document (tableau 1). Il est aussi intéressant de remarquer que, dans toutes les provinces, à l'exception du Québec, de la Saskatchewan, de la Nouvelle-Écosse et de l'Île-du-Prince-Édouard, la croissance du PIB provenant du secteur culturel a surpassé la croissance du PIB provincial total. Par ailleurs, c'est l'Ontario qui a affiché le PIB par habitant le plus élevé provenant de la culture (1 344 dollars), en moyenne, au cours de la période, suivie du Québec (1 043 dollars) et de l'Alberta (1 019 dollars).

Le PIB culturel de toutes les provinces a augmenté de 1996 à 2001. L'Ontario a enregistré la plus forte augmentation, suivie de l'Alberta et du Québec, les taux de croissance respectifs de ces provinces se chiffrant à 34 %, 32 % et 31 % respectivement. Les taux de croissance du PIB culturel de ces trois provinces étaient également supérieurs à la moyenne canadienne de 30 %. Par ailleurs, la Saskatchewan a affiché le taux de croissance le plus faible (0,1 %). Toutefois, aucune des provinces n'a enregistré une diminution de son PIB culturel au cours de cette période.

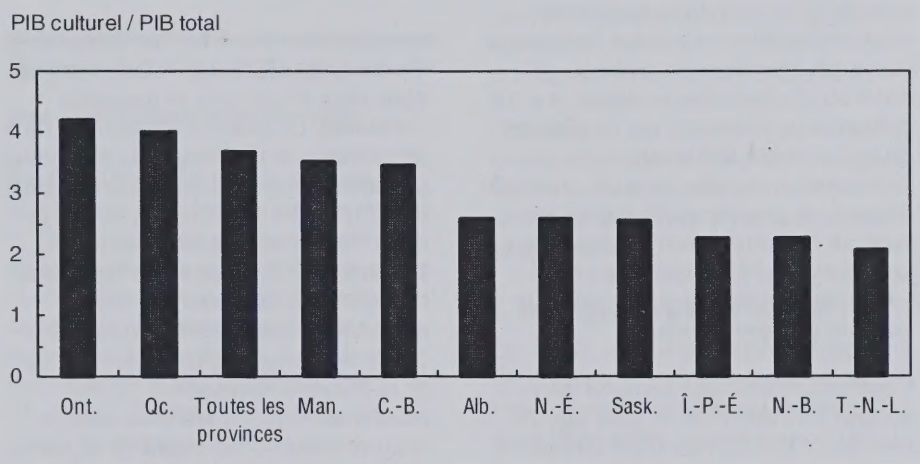
Le secteur culturel a également fortement contribué au PIB provincial (figure 1). Les plus importantes contributions ont été enregistrées en Ontario et au Québec, où environ 4 % du PIB provenait du secteur au cours de la période. Toutefois, la contribution du secteur culturel au PIB des deux provinces a diminué légèrement pendant ces années.

Répercussions de la culture sur l'emploi

L'importance grandissante du secteur culturel dans l'économie des provinces peut également être mesurée en estimant le nombre d'emplois. L'emploi renvoie ici au nombre de personnes âgées d'au moins 15 ans qui travaillaient pendant la période de référence de l'enquête, y compris les employés à plein temps et à temps partiel ainsi que les travailleurs indépendants[2]. Il convient de

2. *La plus grande partie des chiffres sur l'emploi sont extraits de l'*Enquête sur la population active.

Figure 1
L'Ontario avait le plus grand pourcentage de PIB du secteur culturel (moyenne, de 1996 à 2001)



Source : *Statistique Canada.*

Tableau 1
PIB culturel par province

Provinces	PIB du secteur culturel									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Moyenne (1996 à 2001)	PIB par personne moyenne (1996 à 2001)	Part moyenne en pourcentage (1996 à 2001)	Variation en pourcentage (1996 à 2001)
	en millions de dollars							$		
Ontario	13 380	13 524	14 480	15 767	17 539	17 929	15 437	1 344	47	34
Québec	6 570	6 880	7 484	7 861	8 398	8 614	7 635	1 043	23	31
Colombie-Britannique	3 421	3 572	3 747	3 798	4 244	4 249	3 838	961	12	24
Alberta	2 619	2 752	2 721	3 002	3 353	3 453	2 983	1 019	9	32
Manitoba	949	946	1 007	1 040	1 117	1 169	1 038	908	3	23
Saskatchewan	744	729	754	714	758	744	741	731	2	0,1
Nouvelle-Écosse	485	507	505	522	574	570	527	565	2	18
Nouveau-Brunswick	362	359	371	375	406	400	379	504	1	10
Terre-Neuve-et-Labrador	207	212	224	226	237	235	223	415	1	14
Île-du-Prince-Édouard	63	56	61	62	69	67	63	463	0,2	7

Source : Statistique Canada.

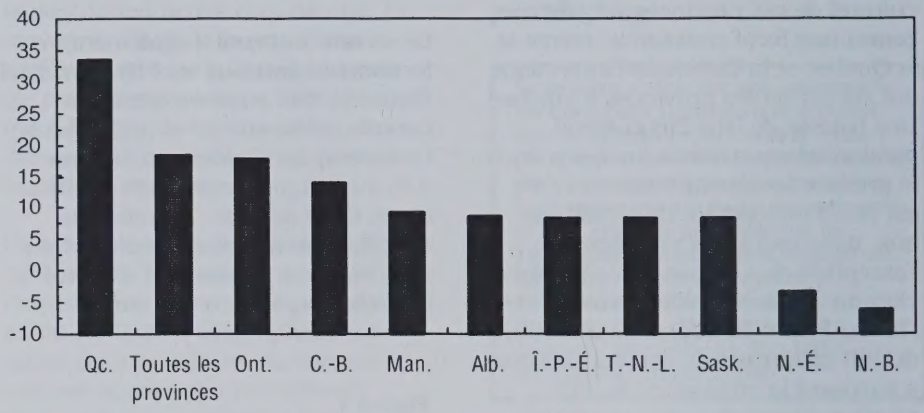
souligner que les bénévoles ne sont pas compris dans les estimations de l'emploi citées dans le présent document, bien qu'une grande proportion de l'emploi dans le secteur culturel était composée de bénévoles.

Tout comme dans le cas de la proportion du PIB culturel canadien, l'Ontario a également effectué la plus importante contribution (42 %) à l'emploi du secteur culturel canadien, en moyenne, pour la période allant de 1996 à 2001. Elle était suivie du Québec et de la Colombie-Britannique, qui comptaient respectivement 25 % et 14 % des employés du secteur culturel canadien. Ensemble, ces trois provinces comptaient en moyenne pour plus des trois quarts de tous les emplois du secteur culturel canadien au cours de la période. L'emploi dans le secteur culturel de ces provinces a également connu de bon taux de croissance (tableau 2). Dans les secteurs culturels de l'Ontario, du Québec et de la Colombie-Britannique, la croissance a été plus grande que celle des autres provinces. Fait intéressant, la Saskatchewan est la seule province à avoir connu une croissance de l'emploi dans son secteur culturel chaque année.

C'est en Ontario que l'emploi dans le secteur culturel était le plus significatif (4,2 %). La proportion d'emplois dans le secteur culturel en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique était plus élevée que la moyenne nationale. Le Québec a affiché le taux de croissance de l'emploi le plus élevé du secteur culturel (33 %) entre 1996 et 2001, suivi de l'Ontario (18 %) et de la Colombie-Britannique (14 %). Le Québec a enregistré une croissance d'emplois dans le secteur culturel supérieure à la moyenne nationale. Seuls le Nouveau-Brunswick (-6 %) et la Nouvelle-Écosse (-4 %) ont affiché un repli de l'emploi dans le secteur culturel au cours de la même période.

Figure 2
L'emploi du secteur culturel québécois a connu la progression la plus forte

Pourcentage de variation de l'emploi du secteur culturel



Source : *Statistique Canada.*

Conclusion

Nous avons examiné dans le présent document le rôle que joue le secteur culturel dans l'économie des provinces. L'Ontario, le Québec et la Colombie-Britannique étaient les principaux contributeurs au PIB et à l'emploi au Canada. Ces trois provinces ont compté pour plus des trois quarts de l'ensemble du PIB et de l'emploi culturel canadien. Le PIB culturel de toutes les provinces a progressé de 1996 à 2001. L'Ontario a affiché la plus importante hausse, suivie de l'Alberta et du Québec. La

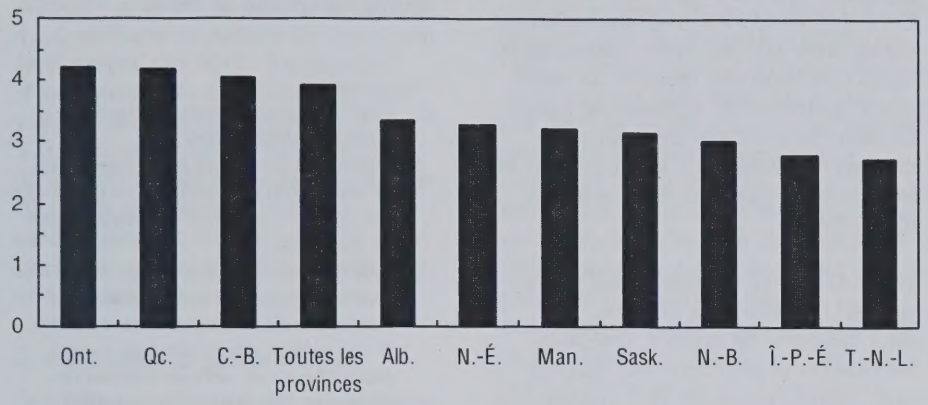
Tableau 2
Emploi du secteur culturel selon la province

	Emploi dans le secteur culturel								
Provinces	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Moyenne (1996 à 2001)	Part moyenne en pourcentage (1996 à 2001)	Variation en pourcentage (1996 à 2001)
Ontario	215 200	217 600	219 100	232 100	266 900	253 100	234 000	42	18
Québec	123 200	119 200	130 800	137 200	153 800	164 400	138 100	25	33
Colombie-Britannique	68 900	71 100	84 200	79 500	78 200	78 400	76 700	14	14
Alberta	48 700	51 000	49 100	51 100	53 000	52 900	51 000	9	9
Manitoba	17 500	16 100	16 800	17 800	16 700	19 100	17 300	3	9
Saskatchewan	14 200	14 700	14 800	15 000	15 000	15 400	14 800	3	8
Nouvelle-Écosse	13 200	13 000	13 100	13 500	13 000	12 800	13 100	2	-4
Nouveau-Brunswick	9 800	9 600	9 200	10 200	10 000	9 200	9 700	2	-6
Terre-Neuve-et-Labrador	5 200	4 800	5 400	5 800	5 600	5 700	5 400	1	8
Île-du-Prince-Édouard	1 600	1 600	1 900	1 600	1 900	1 800	1 700	0	8

Note : Les estimations du nombre d'emplois sont arrondies à la centaine près.
Source : Statistique Canada.

Figure 3
L'Ontario est la province qui comptait le plus grand nombre de travailleurs du secteur culturel (moyenne, de 1996 à 2001)

(Emploi du secteur culturel) / (Emploi provincial)



Source : *Statistique Canada.*

Saskatchewan a affiché quant à elle la croissance la plus basse du PIB culturel.

L'emploi dans le secteur culturel a augmenté dans toutes les provinces de 1996 à 2001, sauf au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse. Le Québec a enregistré la plus importante croissance de l'emploi dans le secteur culturel, suivi de l'Ontario et de la Colombie-Britannique.

Pour toutes les provinces, moins de 5 % du PIB et de l'emploi provenait du secteur culturel. Parmi toutes les provinces, c'est l'économie de l'Ontario (PIB et emploi) qui dépendait le plus de la contribution du secteur culturel.

Vik Singh *est analyste au Programme de la statistique culturelle.*

□

Brancher la culture

par Marla Waltman Daschko

En règle générale, les industries telles la production sonore, le cinéma et l'édition, de même que les arts d'interprétation et les établissements du patrimoine ont tardé à profiter des occasions que fournissaient les nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC). Alors que la plupart des organisations du secteur culturel tirent effectivement parti de l'utilisation d'ordinateurs, du courrier électronique et de l'Internet à des fins de fonctionnement, les possibilités commerciales qu'offrent les sites Web et les outils de vente en ligne commencent tout juste à être envisagées.

Les industries culturelles tendent à consister de quelque grandes entreprises intégrées verticalement qui appartiennent souvent à des étrangers, ainsi que de plus petites entreprises appartenant habituellement à des Canadiens. L'analyse précédente a montré que les grandes entreprises présentent habituellement des taux plus élevés d'utilisation de l'ordinateur et de l'Internet et qu'il est plus probable qu'elles soient présentes sur le Web que les petites entreprises[1]. Comme la plupart des entreprises canadiennes dans les industries culturelles tendent à être petites, leur taux d'adoption de l'ordinateur, de l'Internet et des sites Web est par conséquent plus faible.

L'informatisation tend à être très élevée dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle dans leur ensemble. En 2003, 93,5 % de ces entreprises utilisaient l'Internet et 61,4 % avaient des sites Web. Cependant, un examen de plusieurs industries individuelles indique que l'utilisation de l'Internet ou la présence de sites Web n'est pas aussi prépondérante.

L'enregistrement sonore

En 2000, plus d'un tiers des maisons de disques et entreprises de production sonore canadiennes avaient des sites Web actifs, tandis que 17 %

1. *Charles, S., M. Ivis et A. Leduc. « Adoption des affaires électroniques : La taille importe-t-elle? » Série sur la connectivité, Statistique Canada, nº de catalogue 56F0004MIF, nº 5, juin 2002.*

Tableau 1
Utilisation des TIC par l'industrie de l'information et l'industrie culturelle, 2001-2003

	Utilisation d'ordinateurs personnels			Utilisation de l'Internet			Sites Web		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
	%								
Industrie de l'information et industrie culturelle	98,0	98,1	99,9	92,9	96,7	93,5	65,1	67,5	61,4
Total du secteur privé	83,9	85,5	87,4	70,8	75,7	78,2	28,6	31,5	34,0

Source : Statistique Canada, Enquête sur le commerce électronique et la technologie.

indiquaient qu'elles étaient en train d'en élaborer. Il s'agissait d'une faible augmentation par rapport à ce qui avait été signalé en 1998. Ces proportions sont certes en train de croître, mais il est évident que les entreprises d'enregistrement sonore n'ont pas encore complètement adopté les possibilités que les sites Web peuvent offrir pour mener leurs affaires.

Les entreprises qui ont un site Web l'utilisent principalement pour faciliter les ventes ou la distribution par correspondance de leurs produits enregistrés. En 2000, 23 % des maisons de disques proposaient le commerce électronique à cette fin, tandis que 13 % d'entre elles étaient en train de se doter de capacités de commerce électronique[2]. Certaines maisons de disques ont préféré ne pas gérer le commerce électronique sur leur propre site Web, mais se sont tournées vers d'autres vendeurs en ligne pour la vente ou la distribution de leurs produits. En 2000, 16 % des entreprises utilisaient des vendeurs en ligne et près de 10 % étaient en train d'élaborer de tels services pour utilisation future.

Le commerce électronique est désormais considéré comme l'une des composantes essentielles du nouveau milieu commercial de l'industrie de l'enregistrement sonore. L'essor de la popularité du téléchargement de musique et le partage de fichiers sur l'Internet peuvent avoir contribué à éroder les bénéfices des entreprises et le contrôle qu'elles exercent sur les produits protégés par le droit d'auteur[3]. Les maisons de disques et les vendeurs ont dû admettre la nécessité d'améliorer l'accès électronique des consommateurs à la musique. L'industrie s'emploie à créer des sites en ligne payables à la carte ou par abonnement qui faciliteront le téléchargement légal de musique sur Internet. On s'attend à ce que cette capacité contribue aux ventes d'enregistrements tout en améliorant l'accès des ménages aux produits musicaux.

Édition du livre

Les maisons d'édition de livres ont également examiné l'utilisation des TIC pour améliorer l'accès aux produits et pour étayer les ventes. Cette industrie s'est traditionnellement concentrée sur les livres imprimés et, dans une moindre mesure, la vente d'enregistrements sonores de livres. Le marché évolue rapidement et comprend désormais les cédéroms et les livres en ligne ou électroniques (cyberlivres).

En 2000-2001, la valeur des ventes nettes[4] de cédéroms était de 58,1 millions de dollars, une augmentation importante par rapport aux ventes nettes de 18,9 millions de dollars signalées en 1998-1999. D'autres formats de livres, y compris les versions sur vidéos, ont produit des recettes de 63 millions de dollars, tandis que les ventes nettes d'enregistrements sonores de livres étaient évaluées à 10,2 millions de dollars. Les livres en ligne ou cyberlivres, dont on prétendait jadis qu'ils représentaient la voie de l'avenir, n'ont pas encore laissé une empreinte notable sur les ventes de livres. Ces produits ont engendré 5,8 millions de recettes, ce qui représente seulement 0,3 % de toutes les ventes de livres.

---

2. *Il ne faut pas assimiler la capacité d'offrir la distribution par correspondance aux ventes réalisées au moyen de ces activités, ni confondre ces activités avec les téléchargements de musique.*
3. *À la fin mars 2004, un juge d'une cour fédérale canadienne a débouté l'industrie de l'enregistrement sonore d'une motion d'imposer aux fournisseurs de service Internet de divulguer l'identité de présumés contrefacteurs. Le juge a décidé qu'il n'y avait pas suffisamment de preuves de la violation du droit d'auteur. Ottawa Citizen, 1er avril 2004, page A1.*
4. *Les ventes nettes sont les recettes totales réalisées par l'éditeur ou l'agent exclusif après avoir pris en compte (déduit des recettes) tous les invendus (produits qui n'ont pas été vendus retournés à l'éditeur par le détaillant/distributeur) et toutes les remises.*

Tableau 2
Utilisation des TIC par l'Industrie de l'enregistrement sonore

	1998	2000
	%	
Entreprises d'enregistrement sonore ayant :		
un site Web actif	34,7	35,4
un site Web en cours d'élaboration	14,1	17,1
Capacité de vente ou de distribution par correspondance au moyen :		
de leur propre site Web	23,5	22,8
d'un vendeur en ligne	11,2	15,5

Source : Statistique Canada, Enquête sur l'enregistrement sonore.

Tableau 3
Recettes réalisées sur les ventes nettes des propres ouvrages de l'éditeur et des titres d'exclusivité

	1998-1999	% du total	2000-2001	% du total
	(en milliers)		(en milliers)	
Ventes de livres uniquement :				
Titres imprimés	2 066 548	97,9	2 116 759	93,9
Audio	13 505	0,6	10 154	0,5
Cédéroms	18 899	0,9	58 106	2,6
En ligne/cyberlivres	5 143	0,2	5 836	0,3
Autres (vidéo)	7 853	0,4	63 023	2,8
Total	**2 111 949**		**2 253 877**	

Source : Statistique Canada, Enquête auprès des éditeurs et diffuseurs exclusifs de livres

Les ventes par Internet, qui représentent toujours une faible partie de l'activité commerciale des éditeurs de livres, ont commencé à afficher des gains. En 2000-2001, les éditeurs ont vendu pour plus de 11,1 millions de dollars de titres sur leur propre site Web. Il s'agissait d'une quintuple augmentation par rapport aux ventes d'à peine 1,9 million de dollars réalisées en 1998-1999. Il ne s'agit toujours que de 0,6 % des ventes d'édition, mais cela représente manifestement une occasion croissante de rejoindre les consommateurs.

L'édition du périodique

Les éditeurs de périodiques utilisent en général les sites Web pour les relations avec les abonnés, mais ils ont également découvert une myriade d'autres utilisations pour cette technologie. En 1998-1999, 920 (45 %) de tous les périodiques canadiens disposaient de leur propre site Web. De ce nombre, 20 % l'utilisaient pour engendrer des recettes de publicité et 16 % étaient équipés pour accepter et/ou effectuer des paiements par l'Internet.

Les éditeurs de périodiques utilisaient principalement les sites Web comme support de promotion (18 %). Les activités de promotion comprennent la présentation d'extraits choisis de la version imprimée sur le site (14 %) et la publication d'une version virtuelle intégrale d'une version imprimée en ligne (6 %). D'autres activités comprennent le service aux abonnés/à la clientèle (à l'exclusion des abonnements), la publicité de produits auxiliaires à vendre, la demande de publicité et de contenu et/ou d'auteurs. Quelques périodiques à peine publient uniquement une version virtuelle en ligne sans produire de version imprimée correspondante.

Établissements du patrimoine

Les établissements du patrimoine, notamment les musées, les archives, les galeries, les jardins botaniques et les sites du patrimoine utilisent principalement les TIC à des fins de planification et de gestion et pour la diffusion d'information et de produits. L'utilisation la plus populaire de la technologie a été la création de sites Web; 61 % de tous les établissements du patrimoine avaient un site Web en 2002. Ceci représente une augmentation de 25 % par rapport à 1999. L'activité qui se classe deuxième pour ce qui est de la popularité était l'utilisation de logiciels pour la gestion assistée par ordinateur de collections (43 %).

Les établissements du patrimoine ont également découvert d'autres utilisations pour les TIC, mais à une échelle bien moindre. En 2002, près de 7 % de ces organisations utilisaient un logiciel pour l'aménagement des expositions et les plans d'étages assistés par ordinateur. En ce qui concerne les services au public, 10,4 % des établissements du patrimoine mettaient des ordinateurs à disposition pour les services d'information interactifs, tandis que 12,8 % réalisaient des produits d'information publique sur disquette ou cédérom.

Les industries culturelles de l'enregistrement sonore, de l'édition des livres, de l'édition du périodique et des établissements du patrimoine adoptent, bien que lentement, les technologies de l'information et des communications pour faire des affaires et interagir avec les consommateurs. Les quelques prochaines années seront cruciales pour déterminer dans quelle mesure ces industries utilisent les TIC et l'effet que celles-ci exerceront sur les activités commerciales.

Marla Waltman Daschko *est chef de l'analyse et de l'intégration du Programme de la statistique culturelle.*

□

Tableau 4
Utilisation des TIC par les établissements du patrimoine

	1995	1997	1999	2002
		%		
Utilisation des TIC à des fins de planification et/ ou de gestion :				
Aménagement d'exposition/plan d'étage assistés par ordinateur	4,5	5,2	5,6	6,7
Gestion des collections assistées par ordinateur	28,5	34,6	39,1	43,2
Autres	14,6	15,9	12,5	14,9
Utilisation des TIC à des fins de diffusion de l'information et/ou de produits :				
Site Web ou page d'accueil sur l'Internet	19,0	39,2	48,3	60,6
Produits sur disquette ou cédérom	6,7	8,4	9,5	12,8
Service d'information interactif	7,7	9,3	9,9	10,4
Autres	6,1	8,4	9,1	10,9

Source : Statistique Canada, Enquête sur les établissements du patrimoine.

Données provinciales et territoriales

En général, lors de l'analyse des données, nous n'observons que le portrait national et ce, sans porter une attention particulière aux tendances de certaines provinces ou de certains territoires. Afin de mettre plus de données régionals à la disposition de nos utilisateurs, nous prévoyons intégrer des données provinciales et territoriales à chaque édition de La culture en perspective. Pour la présente édition, nous avons choisi d'inclure les plus récentes données diffusées reliées des enquêtes sur les arts d'interprétation.

Arts d'interprétation, 2003

Sommaire selon la discipline et la province/terriroire

	Nombre de compagnies	Représentation totales	Assistance totale	Recettes totales	Dépenses totales	Excédent/ (déficit)
		nombre			milliers de dollars	
Théâtre						
Terre-Neuve-et-Labrador	6	718	96 515	2 573	2 416	157
Ile-du-Prince-Édouard	3	350	116 318	4 792	4 845	-53
Nouvelle-Écosse	12	899	292 998	5 076	4 940	136
Nouveau-Brunswick	4	631	141 099	2 449	2 439	10
Québec	138	10 204	2 651 122	72 707	72 767	-60
Ontario	102	11 897	3 232 090	145 134	139 927	5 207
Manitoba	8	2 137	540 146	13 240	12 895	345
Saskatchewan	6	468	106 428	3 641	3 668	-26
Alberta	33	4 638	1 412 146	29 523	28 969	555
Columbie-Britannique	31	4 059	900 802	29 572	29 673	-102
Yukon	1	41	5 390	376	353	23
Toutes les provinces	**344**	**36 042**	**9 495 054**	**309 083**	**302 891**	**6 192**
Musique						
Terre-Neuve-et-Labrador	1	24	12 696	641	647	-7
Ile-du-Prince-Édouard	1	4	2 557	140	141	-2
Nouvelle-Écosse	3	91	45 225	2 550	2 542	8
Nouveau-Brunswick	2	120	39 735	739	672	67
Québec	61	2 614	1 313 861	51 771	49 870	1 900
Ontario	72	1 720	1 109 313	69 438	69 275	163
Manitoba	8	181	122 930	6 720	8 507	-1 787
Saskatchewan	2	139	69 329	2 553	2 675	-122
Alberta	8	307	233 935	13 093	14 365	-1 272
Columbie-Britannique	16	540	396 803	17 831	18 885	-1 054
Toutes les provinces	**174**	**5 740**	**3 346 384**	**165 474**	**167 581**	**-2 107**
Danse						
Terre-Neuve-et-Labrador	1	10	5 500	70	75	-5
Nouvelle-Écosse	1	11	1 100	30	18	13
Québec	37	808	387 914	24 559	25 479	-920
Ontario	30	1 376	525 306	23 844	23 857	-14
Manitoba	4	98	94 713	9 083	9 001	81
Alberta	10	466	235 757	9 751	9 504	246
Columbie-Britannique	12	324	95 968	4 517	4 631	-114
Territoires du Nord-Ouest	1	3	900	11	5	7
Toutes les provinces	**96**	**3 096**	**1 347 158**	**71 865**	**72 570**	**-706**
Opéra						
Nouvelle-Écosse	1	9	2 200	50	51	-2
Nouveau-Brunswick	1	4	1 500	77	80	-4
Québec	6	152	139 893	11 613	11 875	-262
Ontario	12	279	275 512	28 080	28 541	-461
Manitoba	1	9	11 022	1 164	1 163	1
Saskatchewan	1	3	1 721	314	323	-9
Alberta	2	29	58 956	5 633	5 253	379
Columbie-Britannique	4	272	124 924	8 640	8 714	-74
Toutes les provinces	**28**	**757**	**615 728**	**55 570**	**56 000**	**-431**
Canada						
Toutes les provinces	**642**	**45 635**	**14 804 324**	**601 991**	**599 043**	**2 949**

Sources : Statistique Canada, Enquête sur les arts d'interprétation, 2002-2003, numéro au catalogue 87F0003XIF.

Recettes gagnées et non gagnées selon la discipline et la province/territoire

	Nombre de compagnies	Total des recettes gagnées	Total des recettes non gagnées	Administration publique	Secteur privé
			milliers de dollars		
Théâtre					
Terre-Neuve-et-Labrador	6	1 096	1 477	1 150	327
Ile-du-Prince-Édouard	3	2 899	1 893	1 393	500
Nouvelle-Écosse	12	2 155	2 920	1 749	1 171
Nouveau-Brunswick	4	722	1 727	1 203	525
Québec	138	35 172	37 534	31 949	5 585
Ontario	102	94 662	50 472	24 474	25 999
Manitoba	8	7 459	5 782	3 521	2 261
Saskatchewan	6	1 759	1 882	1 370	512
Alberta	33	13 514	16 009	6 840	9 169
Columbie-Britannique	31	16 825	12 746	6 472	6 275
Yukon	1	67	309	236	73
Toutes les provinces	**344**	**176 331**	**132 753**	**80 357**	**52 396**
Musique					
Terre-Neuve-et-Labrador	1	178	463	152	311
Ile-du-Prince-Édouard	1	54	85	24	61
Nouvelle-Écosse	3	878	1 672	1 063	610
Nouveau-Brunswick	2	280	459	155	304
Québec	61	16 079	35 692	22 949	12 743
Ontario	72	27 845	41 592	22 881	18 711
Manitoba	8	2 643	4 077	2 773	1 304
Saskatchewan	2	857	1 696	792	903
Alberta	8	5 671	7 422	3 599	3 823
Columbie-Britannique	16	6 842	10 989	5 145	5 844
Toutes les provinces	**174**	**61 327**	**104 147**	**59 532**	**44 615**
Danse					
Terre-Neuve-et-Labrador	1	50	20	10	10
Nouvelle-Écosse	1	10	20	20	0
Québec	37	8 853	15 705	13 216	2 490
Ontario	30	10 407	13 436	8 384	5 052
Manitoba	4	4 231	4 852	3 600	1 251
Alberta	10	4 413	5 337	2 018	3 319
Columbie-Britannique	12	1 281	3 237	2 442	794
Territoires du Nord-Ouest	1	2	10	0	10
Toutes les provinces	**96**	**29 247**	**42 617**	**29 690**	**12 927**
Opéra					
Nouvelle-Écosse	1	34	16	0	16
Nouveau-Brunswick	1	33	43	30	13
Québec	6	6 058	5 554	3 537	2 017
Ontario	12	11 610	16 470	6 610	9 860
Manitoba	1	409	755	415	340
Saskatchewan	1	79	234	53	181
Alberta	2	2 083	3 550	1 510	2 040
Columbie-Britannique	4	4 051	4 589	1 643	2 946
Toutes les provinces	**28**	**24 358**	**31 212**	**13 798**	**17 414**
Canada					
Toutes les provinces	**642**	**291 262**	**310 729**	**183 376**	**127 353**

Sources : Statistique Canada, Enquête sur les arts d'interprétation, 2002-2003, numéro au catalogue 87F0003XIF.

□

SAVIEZ-VOUS QUE? Nouvelles données de l'Enquête sur les établissements du patrimoine, 2002

Les musées sont demeurés populaires, leur fréquentation ayant augmenté de 5,0 % pour passer de 26,5 millions de visiteurs en 1999 à 27,8 millions en 2002. En plus, les visiteurs de musées ont dépensé davantage en 2002, les revenus gagnés ayant dépassé les 224,8 millions de dollars, soit 6,4 % de plus que trois ans auparavant.

Profil de tous les genres de musées, Canada

	1993-1994	1995-1996	1997-1998	1999-2000	2002-2003
Nombre d'institutions	**1 236**	**1 391**	**1 368**	**1 405**	**1 476**
Fréquentation ('000)	**25 444**	**26 868**	**26 173**	**26 518**	**27 840**
			milliers de dollars		
Revenus non gagnés de fonctionnement					
Administrations publiques	348 385	368 124	363 346	373 382	419 635
Secteur institutionel/Privé	40 852	49 112	60 352	62 862	79 023
Total revenus non gagnés	**389 238**	**417 236**	**423 698**	**436 245**	**498 657**
Revenus gagnés					
Cotisations	5 419	6 614	7 272	8 892	10 979
Droits d'entrée	38 120	47 030	53 042	49 325	54 646
Autres revenus gagnés	73 961	105 643	111 136	153 035	159 193
Total revenus gagnés	**117 500**	**159 287**	**171 450**	**211 251**	**224 818**
Total revenus de fonctionnement	**506 738**	**576 523**	**595 148**	**647 496**	**723 475**
Revenues d'immobilisations					
Administrations publiques	49 976	32 026	33 982	39 202	31 950
Secteur institutionel/Privé	24 454	30 544	19 352	13 745	14 374
Autres revenus d'immobilisations	5 595	4 382	2 994	8 693	5 974
Total revenues d'immobilisations	**80 024**	**66 952**	**56 327**	**61 639**	**52 298**
Dépenses de fonctionnement					
Salaires	285 136	285 975	286 153	298 950	352 325
Artefacts	6 447	6 043	10 746	10 982	18 445
Autres dépenses de fonctionnement	206 184	273 150	281 899	322 201	360 849
Total dépenses de fonctionnement	497 767	565 168	578 798	632 132	731 618
Dépenses d'immobilisations					
Acquisition et construction	40 413	19 240	13 524	11 411	26 339
Rénovations	18 227	18 501	22 114	24 099	34 198
Autres dépenses d'immobilisations	32 195	45 116	31 913	33 245	23 012
Total dépenses d'immobilisations	**90 835**	**82 857**	**67 551**	**68 755**	**83 549**
			nombre		
Emploi					
Temps plein	5 528	5 555	5 367	5 552	5 780
Temps partiel	6 362	6 020	6 562	6 526	6 388
Bénévoles	38 415	36 561	29 990	28 021	32 688

Note : Tous les genres de musées comprend les musées d'arts, les musées d'histoire et d'autres musées se consacrant essentiellement à des disciplines multiples, à la science et à la technologie, ou d'autres musées se consacrant à des thèmes tels que les soins infirmiers, la religion ou les industries.
Source : Statistique Canada, Enquête sur les établissements du patrimoine 2002/2003; nº 87F0002XIF au catalogue.

Profil des musées d'art, Canada

	1993-1994	1995-1996	1997-1998	1999-2000	2002-2003
Nombre d'institutions	**178**	**186**	**181**	**185**	**203**
Fréquentation ('000)	**5 589**	**5 842**	**5 783**	**6 093**	**6 745**
			milliers de dollars		
Revenus non gagnés de fonctionnement					
Administrations publiques	108 568	114 356	119 220	114 086	129 210
Secteur institutionel/Privé	15 113	18 743	20 319	23 450	27 933
Total revenus non gagnés	**123 681**	**133 098**	**139 539**	**137 535**	**157 143**
Revenus gagnés					
Cotisations	2 295	2 465	3 172	3 829	4 255
Droits d'entrée	4 347	6 590	7 258	8 965	8 662
Autres revenus gagnés	27 681	34 865	43 277	45 985	57 480
Total revenus gagnés	**34 323**	**43 919**	**53 708**	**58 779**	**70 397**
Total revenus de fonctionnement	**158 004**	**177 017**	**193 247**	**196 314**	**227 540**
Revenus d'immobilisations					
Administrations publiques	12 981	7 543	11 172	14 546	13 024
Secteur institutionel/Privé	6 528	3 274	2 397	1 369	2 321
Autres revenus d'immobilisations	2 689	2 793	1 115	4 983	5 372
Total revenues d'immobilisations	**22 197**	**13 609**	**14 684**	**20 898**	**20 716**
Dépenses de fonctionnement					
Salaires	76 676	76 893	84 874	87 572	103 187
Artefacts	4 861	3 684	6 161	6 377	11 773
Autres dépenses de fonctionnement	75 142	92 101	94 192	107 987	116 906
Total dépenses de fonctionnement	**156 679**	**172 678**	**185 226**	**201 936**	**231 866**
Dépenses d'immobilisations					
Acquisition et construction	5 379	4 011	582	2 947	4 943
Rénovations	7 597	2 262	4 487	2 959	8 463
Autres dépenses d'immobilisations	8 401	16 778	17 234	16 120	9 502
Total dépenses d'immobilisations	**21 376**	**23 051**	**22 303**	**22 026**	**22 907**
			nombre		
Emploi					
Temps plein	1 627	1 503	1 553	1 566	1 625
Temps partiel	1 286	990	1 372	1 407	1 308
Bénévoles	11 013	8 566	7 031	6 683	6 969

Source : Statistique Canada, Enquête sur les établissements du patrimoine 2002/2003; nº 87F0002XIF au catalogue.

Profil des musées d'histoire, Canada

	1993-1994	1995-1996	1997-1998	1999-2000	2002-2003
Nombre d'institutions	**254**	**293**	**278**	**292**	**305**
Fréquentation ('000)	**8 760**	**9 954**	**9 009**	**8 951**	**9 503**
			milliers de dollars		
Revenus non gagnés de fonctionnement					
Administrations publiques	108 982	130 409	128 077	128 105	133 427
Secteur institutionel/Privé	11 776	13 241	19 041	22 010	16 424
Total revenus non gagnés	**120 759**	**143 651**	**147 119**	**150 115**	**149 851**
Revenus gagnés					
Cotisations	465	816	639	846	1 060
Droits d'entrée	12 842	16 643	20 977	15 971	15 397
Autres revenus gagnés	18 160	29 937	33 562	41 258	44 762
Total revenus gagnés	**31 466**	**47 396**	**55 178**	**58 076**	**61 220**
Total revenus de fonctionnement	**152 225**	**191 047**	**202 297**	**208 190**	**211 070**
Revenus d'immobilisations					
Administrations publiques	9 149	8 534	5 392	10 443	5 297
Secteur institutionel/Privé	8 792	11 498	4 789	5 321	5 837
Autres revenus d'immobilisations	523	415	586	484	78
Total revenues d'immobilisations	**18 463**	**20 447**	**10 766**	**16 247**	**11 211**
Dépenses de fonctionnement					
Salaires	91 162	89 659	85 568	89 209	94 351
Artefacts	859	1 049	1 184	1 218	2 264
Autres dépenses de fonctionnement	55 623	100 055	105 111	106 243	112 810
Total dépenses de fonctionnement	**147 644**	**190 763**	**191 863**	**196 669**	**209 425**
Dépenses d'immobilisations					
Acquisition et construction	22 106	6 524	1 183	5 549	17 144
Rénovations	2 634	4 912	8 795	8 605	14 734
Autres dépenses d'immobilisations	3 727	4,826	4 153	4 146	4 513
Total dépenses d'immobilisations	**28 466**	**16,261**	**14 131**	**18 300**	**36 391**
			nombre		
Emploi					
Temps plein	1 530	1 633	1 469	1 577	1 430
Temps partiel	1 602	1 723	1 692	1 526	1 584
Bénévoles	6 490	8 018	5 939	5 964	6 587

Note : Des musées histoires comprend les musées se consacrant essentiellement aux thèmes suivants : l'histoire, humaine, l'histoire et les sciences naturelles, l'histoire militaire et les forts, les activités maritimes, les transports, ainsi que les sports ou le temple de la renommée.
Source : Statistique Canada, Enquête sur les établissements du patrimoine 2002/2003; nº 87F0002XIF au catalogue.

Sommes-nous à la hauteur...

Nous espérons que *La culture en perspective* est instructive et utile pour vous. Votre point de vue à l'égard des données et des analyses comprises dans le présent numéro ou les numéros précédents nous importe beaucoup. Nous souhaitons répondre à vos besoins en données statistiques and nous nous fions à vos commentaires pour planifier de nouvelles analyses en vue des numéros à venir. Par conséquent, nous nous saurions gré de nous faire savoir si nous sommes à la hauteur.

Prière d'envoyer vos commentaires à l'adresse suivante:

Alice Peters, rédactrice en chef
La culture en perspective
Programme de la statistique culturelle
Statistique Canada
Ottawa, ON
K1A 0T6

- **Téléphone :** (613) 951-4086
- **Télécopieur :** (613) 951-1333
- **Courrier électronique :** alice.peters@statcan.ca

Renseignez-vous...

Pour plus de renseignements sur les totalisations spéciales ou le contenu de certaines enquêtes, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, veuillez communiquez avec le Service à la clientèle, Culture, tourisme et centre de la statistique de l'éducation :

- **Téléphone :** sans frais au Canada et aux États-Unis, au 1 800 307-3382 ou (613) 951-7608
- **Télécopieur :** (613) 951-9040
- **Courriel :** cult.tourstats@statcan.ca

D'autres publications du programme de la statistique culturelle...

87-008-GIF *Guide de la statistique de la culture*, disponible sans frais à: http://dissemination.statcan.ca/francais/IPS/Data/87-008-GIF.htm

Pour commander des publications :

- **Téléphone :** sans frais, composeez le 1 800 267-6677
- **Télécopieur :** 1 877 287-4369
- **Courriel :** order@statcan.ca
- **TDD :** 1 800 363-7629

Vous déménagez?

N'oubliez pas de nous le faire savoir. Veuillez faire parvenir les renseignements nécessaires (nom de l'abonné, ancienne adresse, nouvelle adresse, numéro de téléphone et numéro de référence du client) à:

Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
Statistique Canada
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Note de reconnaissance
Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" —"Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.
∞

La culture en perspective

Rédactrice en chef :
Alice Peters
Téléphone : (613) 951-4086
Courriel : alice.peters@statcan.ca

Composition et production :
Division de la diffusion, Statistique Canada

Imprimerie : Centre d'impression, Statistique Canada

Renseignements sur les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit nº 87-004-XPB au catalogue est publié trimestriellement en version imprimée standard et est offert au prix de 10 $ CAN l'exemplaire et de 29 $ CAN pour un abonnement annuel. ISSN 0843-7548

Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 $ CAN	24 $ CAN
Autres pays	10 $ CAN	40 $ CAN

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le nº 87-004-XIF au catalogue, et est offert au prix de 8 $ CAN l'exemplaire et de 22 $ CAN pour un abonnement annuel.

Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à **www.statcan.ca** et en choisissant la rubrique Produits et services.
ISSN 1492-7632

Avril 2005

Droit d'auteur
Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 2005. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, (Ontario), Canada K1A 0T6.

Normes de service à la clientèle
Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

IF YOU'RE ON THE MOVE...

Make sure we know where to find you. Please forward the necessary information (subscriber name, old address, new address, telephone number and client reference number) to:

Operations and Integration Division
Circulation Management
Statistics Canada
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Note of appreciation
Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.
∞

Focus on Culture

Editor-in-Chief:
Alice Peters
Telephone: (613) 951-4086
E-mail: alice.peters@statcan.ca

Composition and production:
Dissemination Division, Statistics Canada

Printing: Statistics Canada Printing Centre

Subscription Information

All prices exclude sales tax

Focus on Culture (Catalogue no. 87-004-XPB) is published quarterly as a standard printed publication at a price of CDN $10.00 per issue and CDN $29.00 for a one-year subscription. ISSN 0843-7548

The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN $6.00	CDN $24.00
Other countries	CDN $10.00	CDN $40.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 87-004-XIE at a price of CDN $8.00 per issue and CDN $22.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at **www.statcan.ca**, and select Products and Services.
ISSN 1481-1030

April 2005

Copyright
Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 2005. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Standards of service to the public
Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

HOW ARE WE DOING?

We hope you find this bulletin both informative and useful. Your views on the information and analysis contained in this issue, or previous issues, of *Focus on Culture* are important as they help us to meet your needs for information about culture in Canada. Please let us know how we are doing.

Send your comments to:

Alice Peters, Editor-in-chief
Focus on Culture
Culture Statistics Program
Statistics Canada
Ottawa, ON
K1A 0T6
Telephone: (613) 951-4086
Fax: (613) 951-1333
E-mail: alice.peters@statcan.ca

HOW TO FIND OUT MORE...

For information on special data tabulations, the content of specific surveys, concepts, methods or data quality, please contact Client Services, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics by:

- **Telephone:** Toll-free at 1 800 307-3382 or (613) 951-7608
- **Fax:** (613) 951-9040; or
- **E-mail:** cult.tourstats@statcan.ca

OTHER PUBLICATIONS FROM THE CULTURE STATISTICS PROGRAM...

87-008-GIE *Guide to culture statistics*, available free at:
http://dissemination.statcan.ca/english/IPS/Data/87-008-GIE.htm

To order publications, in Canada and United States please:

Telephone: Call the national order line toll-free: 1-800-267-6677
Fax: (613) 951-9040
Internet: order@statcan.ca
National TDD Line: 1-800-363-7629

Profile of history museums in Canada

	1993-1994	1995-1996	1997-1998	1999-2000	2002-2003
Number of institutions	**254**	**293**	**278**	**292**	**305**
Attendance ('000)	**8,760**	**9,954**	**9,009**	**8,951**	**9,503**
			thousands of dollars		
Unearned operating revenues					
Government	108,982	130,409	128,077	128,105	133,427
Institutional/private	11,776	13,241	19,041	22,010	16,424
Total unearned revenues	**120,759**	**143,651**	**147,119**	**150,115**	**149,851**
Earned operating revenues					
Memberships	465	816	639	846	1,060
Admissions	12,842	16,643	20,977	15,971	15,397
Other earned revenues	18,160	29,937	33,562	41,258	44,762
Total earned revenues	**31,466**	**47,396**	**55,178**	**58,076**	**61,220**
Total operating revenues	**152,225**	**191,047**	**202,297**	**208,190**	**211,070**
Capital revenues					
Government	9,149	8,534	5,392	10,443	5,297
Institutional/private	8,792	11,498	4,789	5,321	5,837
Other capital revenues	523	415	586	484	78
Total capital revenues	**18,463**	**20,447**	**10,766**	**16,247**	**11,211**
Operating expenditures					
Wages	91,162	89,659	85,568	89,209	94,351
Artifacts	859	1,049	1,184	1,218	2,264
Other operating expenses	55,623	100,055	105,111	106,243	112,810
Total operating expenditures	**147,644**	**190,763**	**191,863**	**196,669**	**209,425**
Capital expenses					
Purchase and construction	22,106	6,524	1,183	5,549	17,144
Renovations	2,634	4,912	8,795	8,605	14,734
Other capital expenses	3,727	4,826	4,153	4,146	4,513
Total capital expenses	**28,466**	**16,261**	**14,131**	**18,300**	**36,391**
			number		
Employment					
Full-time	1,530	1,633	1,469	1,577	1,430
Part-time	1,602	1,723	1,692	1,526	1,584
Volunteers	6,490	8,018	5,939	5,964	6,587

Note: History museums include those whose primary funtion is human history, natural history and science, military and fort, maritime, transportation, and sports or hall of fame.
Source: Statistics Canada, Survey of heritage institutions, 2002/2003, Catalogue no. 87F0002XIE.

Profile of art museums in Canada

	1993-1994	1995-1996	1997-1998	1999-2000	2002-2003
Number of institutions	**178**	**186**	**181**	**185**	**203**
Attendance ('000)	**5,589**	**5,842**	**5,783**	**6,093**	**6,745**
			thousands of dollars		
Unearned operating revenues					
Government	108,568	114,356	119,220	114,086	129,210
Institutional/private	15,113	18,743	20,319	23,450	27,933
Total unearned revenues	**123,681**	**133,098**	**139,539**	**137,535**	**157,143**
Earned operating revenues					
Memberships	2,295	2,465	3,172	3,829	4,255
Admissions	4,347	6,590	7,258	8,965	8,662
Other earned revenues	27,681	34,865	43,277	45,985	57,480
Total earned revenues	**34,323**	**43,919**	**53,708**	**58,779**	**70,397**
Total operating revenues	**158,004**	**177,017**	**193,247**	**196,314**	**227,540**
Capital revenues					
Government	12,981	7,543	11,172	14,546	13,024
Institutional/private	6,528	3,274	2,397	1,369	2,321
Other capital revenues	2,689	2,793	1,115	4,983	5,372
Total capital revenues	**22,197**	**13,609**	**14,684**	**20,898**	**20,716**
Operating expenditures					
Wages	76,676	76,893	84,874	87,572	103,187
Artifacts	4,861	3,684	6,161	6,377	11,773
Other operating expenses	75,142	92,101	94,192	107,987	116,906
Total operating expenditures	**156,679**	**172,678**	**185,226**	**201,936**	**231,866**
Capital expenses					
Purchase and construction	5,379	4,011	582	2,947	4,943
Renovations	7,597	2,262	4,487	2,959	8,463
Other capital expenses	8,401	16,778	17,234	16,120	9,502
Total capital expenses	**21,376**	**23,051**	**22,303**	**22,026**	**22,907**
			number		
Employment					
Full-time	1,627	1,503	1,553	1,566	1,625
Part-time	1,286	990	1,372	1,407	1,308
Volunteers	11,013	8,566	7,031	6,683	6,969

Source: Statistics Canada, Survey of heritage institutions, 2002/2003, Catalogue no. 87F0002XIE.

DID YOU KNOW? New data for museums from the Survey of Heritage Institutions, 2002

In 2002, museum attendance rose 5.0% to 27.8 million from 26.5 million in 1999. As well, visitors spent more on museums in 2002, with earned revenue exceeding $224.8 million, 6.4% higher than three years earlier.

Profile of all types of museums in Canada

	1993-1994	1995-1996	1997-1998	1999-2000	2002-2003
Number of institutions	**1,236**	**1,391**	**1,368**	**1,405**	**1,476**
Attendance ('000)	**25,444**	**26,868**	**26,173**	**26,518**	**27,840**
			thousands of dollars		
Unearned operating revenues					
Government	348,385	368,124	363,346	373,382	419,635
Institutional/private	40,852	49,112	60,352	62,862	79,023
Total unearned revenues	**389,238**	**417,236**	**423,698**	**436,245**	**498,657**
Earned operating revenues					
Memberships	5,419	6,614	7,272	8,892	10,979
Admissions	38,120	47,030	53,042	49,325	54,646
Other earned revenues	73,961	105,643	111,136	153,035	159,193
Total earned revenues	**117,500**	**159,287**	**171,450**	**211,251**	**224,818**
Total operating revenues	**506,738**	**576,523**	**595,148**	**647,496**	**723,475**
Capital revenues					
Government	49,976	32,026	33,982	39,202	31,950
Institutional/private	24,454	30,544	19,352	13,745	14,374
Other capital revenues	5,595	4,382	2,994	8,693	5,974
Total capital revenues	**80,024**	**66,952**	**56,327**	**61,639**	**52,298**
Operating expenditures					
Wages	285,136	285,975	286,153	298,950	352,325
Artifacts	6,447	6,043	10,746	10,982	18,445
Other operating expenses	206,184	273,150	281,899	322,201	360,849
Total operating expenditures	**497,767**	**565,168**	**578,798**	**632,132**	**731,618**
Capital expenses					
Purchase and construction	40,413	19,240	13,524	11,411	26,339
Renovations	18,227	18,501	22,114	24,099	34,198
Other capital expenses	32,195	45,116	31,913	33,245	23,012
Total capital expenses	**90,835**	**82,857**	**67,551**	**68,755**	**83,549**
			number		
Employment					
Full-time	5,528	5,555	5,367	5,552	5,780
Part-time	6,362	6,020	6,562	6,526	6,388
Volunteers	38,415	36,561	29,990	28,021	32,688

Note: 'All museums' include art museums, history museums, community museums and other museums (such as those whose primary function is multidisciplinary, sciences and technology or others such as nursing, religious and industrial museums).
Source: Statistics Canada, Survey of heritage institutions, 2002/2003, Catalogue no. 87F0002XIE.

Earned and unearned revenue by discipline and province/territory

	Number of companies	Total earned revenue	Total unearned revenue	Public sector	Private sector
			thousands of dollars		
Theatre					
Newfoundland and Labrador	6	1,096	1,477	1,150	327
Prince Edward Island	3	2,899	1,893	1,393	500
Nova Scotia	12	2,155	2,920	1,749	1,171
New Brunswick	4	722	1,727	1,203	525
Quebec	138	35,172	37,534	31,949	5,585
Ontario	102	94,662	50,472	24,474	25,999
Manitoba	8	7,459	5,782	3,521	2,261
Saskatchewan	6	1,759	1,882	1,370	512
Alberta	33	13,514	16,009	6,840	9,169
British Columbia	31	16,825	12,746	6,472	6,275
Yukon	1	67	309	236	73
All Provinces	**344**	**176,331**	**132,753**	**80,357**	**52,396**
Music					
Newfoundland and Labrador	1	178	463	152	311
Prince Edward Island	1	54	85	24	61
Nova Scotia	3	878	1,672	1,063	610
New Brunswick	2	280	459	155	304
Quebec	61	16,079	35,692	22,949	12,743
Ontario	72	27,845	41,592	22,881	18,711
Manitoba	8	2,643	4,077	2,773	1,304
Saskatchewan	2	857	1,696	792	903
Alberta	8	5,671	7,422	3,599	3,823
British Columbia	16	6,842	10,989	5,145	5,844
All Provinces	**174**	**61,327**	**104,147**	**59,532**	**44,615**
Dance					
Newfoundland and Labrador	1	50	20	10	10
Nova Scotia	1	10	20	20	0
Quebec	37	8,853	15,705	13,216	2,490
Ontario	30	10,407	13,436	8,384	5,052
Manitoba	4	4,231	4,852	3,600	1,251
Alberta	10	4,413	5,337	2,018	3,319
British Columbia	12	1,281	3,237	2,442	794
Northwest Territories	1	2	10	0	10
All Provinces	**96**	**29,247**	**42,617**	**29,690**	**12,927**
Opera					
Nova Scotia	1	34	16	0	16
New Brunswick	1	33	43	30	13
Quebec	6	6,058	5,554	3,537	2,017
Ontario	12	11,610	16,470	6,610	9,860
Manitoba	1	409	755	415	340
Saskatchewan	1	79	234	53	181
Alberta	2	2,083	3,550	1,510	2,040
British Columbia	4	4,051	4,589	1,643	2,946
All Provinces	**28**	**24,358**	**31,212**	**13,798**	**17,414**
Canada					
All Provinces	**642**	**291,262**	**310,729**	**183,376**	**127,353**

Source: Statistics Canada, Performing Arts Survey, 2002-2003, Catalogue no. 87F0003XIE.

□

Provincial and territorial data

Often in our analysis of survey data, we look at the national picture only, and do not highlight provincial or territorial patterns. In order to provide more regional data for our users, we are including selected provincial data in each issue of *Focus on Culture*. This time we are presenting recently released data from a survey on performing arts.

Performing arts, 2003

Summary by discipline and by province/territory

	Number of companies	Total performances	Total attendance	Total revenue	Total expenditures	Surplus/ (deficit)
		number			thousands of dollars	
Theatre						
Newfoundland and Labrador	6	718	96,515	2,573	2,416	157
Prince Edward Island	3	350	116,318	4,792	4,845	-53
Nova Scotia	12	899	292,998	5,076	4,940	136
New Brunswick	4	631	141,099	2,449	2,439	10
Quebec	138	10,204	2,651,122	72,707	72,767	-60
Ontario	102	11,897	3,232,090	145,134	139,927	5,207
Manitoba	8	2,137	540,146	13,240	12,895	345
Saskatchewan	6	468	106,428	3,641	3,668	-26
Alberta	33	4,638	1,412,146	29,523	28,969	555
British Columbia	31	4,059	900,802	29,572	29,673	-102
Yukon	1	41	5,390	376	353	23
All Provinces	**344**	**36,042**	**9,495,054**	**309,083**	**302,891**	**6,192**
Music						
Newfoundland and Labrador	1	24	12,696	641	647	-7
Prince Edward Island	1	4	2,557	140	141	-2
Nova Scotia	3	91	45,225	2,550	2,542	8
New Brunswick	2	120	39,735	739	672	67
Quebec	61	2,614	1,313,861	51,771	49,870	1,900
Ontario	72	1,720	1,109,313	69,438	69,275	163
Manitoba	8	181	122,930	6,720	8,507	-1,787
Saskatchewan	2	139	69,329	2,553	2,675	-122
Alberta	8	307	233,935	13,093	14,365	-1,272
British Columbia	16	540	396,803	17,831	18,885	-1,054
All Provinces	**174**	**5,740**	**3,346,384**	**165,474**	**167,581**	**-2,107**
Dance						
Newfoundland and Labrador	1	10	5,500	70	75	-5
Nova Scotia	1	11	1,100	30	18	13
Quebec	37	808	387,914	24,559	25,479	-920
Ontario	30	1,376	525,306	23,844	23,857	-14
Manitoba	4	98	94,713	9,083	9,001	81
Alberta	10	466	235,757	9,751	9,504	246
British Columbia	12	324	95,968	4,517	4,631	-114
Northwest Territories	1	3	900	11	5	7
All Provinces	**96**	**3,096**	**1,347,158**	**71,865**	**72,570**	**-706**
Opera						
Nova Scotia	1	9	2,200	50	51	-2
New Brunswick	1	4	1,500	77	80	-4
Quebec	6	152	139,893	11,613	11,875	-262
Ontario	12	279	275,512	28,080	28,541	-461
Manitoba	1	9	11,022	1,164	1,163	1
Saskatchewan	1	3	1,721	314	323	-9
Alberta	2	29	58,956	5,633	5,253	379
British Columbia	4	272	124,924	8,640	8,714	-74
All Provinces	**28**	**757**	**615,728**	**55,570**	**56,000**	**-431**
Canada						
All Provinces	**642**	**45,635**	**14,804,324**	**601,991**	**599,043**	**2,949**

Source: Statistics Canada, Performing Arts Survey, 2002-2003, Catalogue no. 87F0003XIE.

Periodical publishing

Periodical publishers generally use websites for subscriber relations but they have also found a myriad of other uses for this technology. In 1998-99, 920 (45%) of all Canadian periodicals had their own websites. Of those, 20% used them to generate advertising revenue and 16% were equipped to take and/or make payments over the Internet.

The greatest use of websites by periodical publishers was as a vehicle for promotion (18%). Promotional activities include presenting selected highlights from the print version on the site (14%) and publication of a full virtual version of a print version online (6%). Other activities include subscriber/customer services (excluding subscriptions), advertising ancillary products for sale, soliciting advertising and content and/or authors. Just a few periodicals published only a virtual version online without producing a corresponding print version.

Heritage institutions

Heritage institutions, such as museums, archives, galleries, botanical gardens and heritage sites primarily use ICTs for planning and management purposes and for information and product dissemination. The most popular use of technology has been in the creation of websites; 61% of all heritage institutions had a website in 2002. This represents an increase of 25% over 1999. The second most popular activity was the use of computer-assisted collections management software (43%).

Heritage institutions also found other uses for ICTs but on a much smaller scale. In 2002, nearly seven percent of these organizations used computer-assisted software for exhibition layout and floor planning. With respect to services to the public, 10.4% of heritage institutions made computers available for interactive information services while 12.8% produced public information products on diskette or CD-ROM.

The cultural industries of sound recording, book publishing, periodical publishing and heritage institutions are moving, albeit slowly, towards the use of information and communications technologies for business and consumer interaction. The next few years will be crucial in determining to what extent these industries make use of ICTs and what the impact will be on their business operations.

Table 4
Use of ICTs by heritage institutions

	1995	1997	1999	2002
		%		
Use of ICTs for planning and/or management purposes:				
Computer assisted exhibition layout/floor planning	4.5	5.2	5.6	6.7
Computer assisted collections management	28.5	34.6	39.1	43.2
Other	14.6	15.9	12.5	14.9
Use of ICTs for information and/or product dissemination:				
Website or homepage on the Internet	19.0	39.2	48.3	60.6
Products on diskette or CD-ROM	6.7	8.4	9.5	12.8
Interactive service/information	7.7	9.3	9.9	10.4
Other	6.1	8.4	9.1	10.9

Source: Statistics Canada, Survey of Heritage Institutions.

Marla Waltman Daschko *is Chief of Analysis and Integration in the Culture Statistics Programs.*

□

reported in 1998. Although these proportions are growing, it is evident that sound recording companies have not yet fully embraced the possibilities that websites can offer for the conduct of their business.

Those companies with a website used it primarily to facilitate mail-order sales or distribution of their recorded products. In 2000, 23% of record companies offered e-commerce for this purpose, while an additional 13% of record companies were in the process of developing e-commerce capabilities.[2] Some record companies preferred not to manage e-commerce from their own websites but relied on other online vendors to sell or distribute their products. In 2000, 16% of companies used online vendors and nearly 10% were developing such services for future use.

E-commerce is now being considered as one of the essential components of the sound recording industry's new business environment. In particular, the surging popularity of music downloading and the sharing of files over the Internet may have contributed to an erosion of company profits and control over copyrighted products.[3] Record companies and vendors have had to recognize the need to improve electronic access to music by consumers. The industry is working toward the creation of pay-per-use or subscription online sites, which will facilitate the legal downloading of music over the Internet. This capability is expected to support sales of recordings while improving household access to music products.

Book publishing

Book publishing companies have also been exploring the use of ICTs to improve access to products and to support sales. The industry has traditionally focused on print books and, to a lesser extent, the sale of audio-recorded books. The market is rapidly changing to include CD-ROMs and online or electronic books (e-books).

In 2000-01, the net sales[4] value of CD-ROMs was $58.1 million, a substantial increase from the net sales of $18.9 million reported in 1998-99. Other book formats, including videos, generated $63.0 million in revenues, while net sales of audio-recorded books were valued at $10.2 million. Online or e-books – once touted as the way of the future – have still not made much of a mark on book sales. These products generated $5.8 million in revenues, accounting for only 0.3% of all book sales.

Internet sales, while still a small part of the business activity of book publishers, have begun to show gains. In 2000-01, publishers sold over $11.1 million dollars worth of titles over their own websites. This was a five-fold increase over sales of just $1.9 million in 1998-99. While still only 0.6% of publishing sales, it clearly presents a growing oppoptunity to reach consumers.

2. *The capacity to offer mail-order distribution should not be equated with sales from such activities, nor should these activities be confused with music downloads.*
3. *In late March, 2004, a Canadian federal court judge dismissed a motion by the recording industry to have Internet providers supply the identities of alleged copyright violators. The judge ruled that there was insufficient evidence of copyright infringement. Ottawa Citizen, April 1, 2004, p. A1.*
4. *Net sales are the total revenues earned by the publisher or exclusive agent after they have accounted for (reduced the revenues) by all returns (product returned to publisher from retailer/ distributor which were not sold) and any discounts.*

Table 2
Use of ICTs by the sound recording industry

	1998	2000
	%	
Sound recording companies with:		
Active website	34.7	35.4
Website under development	14.1	17.1
Mail-order sales or distribution capabilities through:		
Own website	23.5	22.8
Online vendor	11.2	15.5

Source: Statistics Canada, Sound Recording Survey.

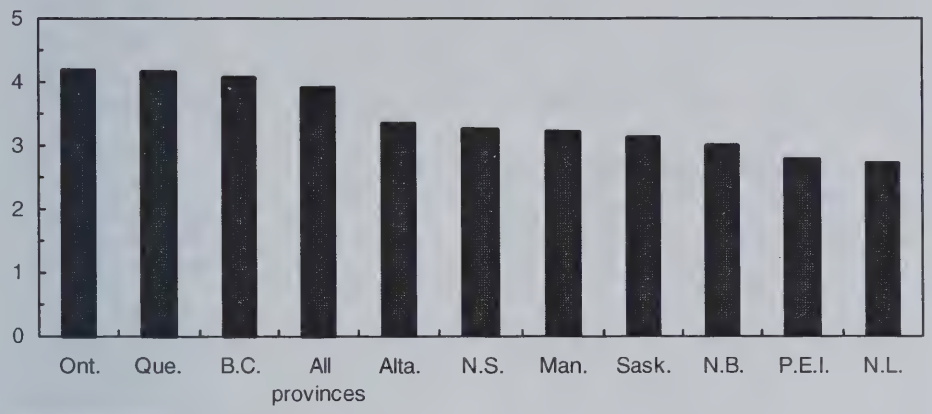
Table 3
Revenue from net sales of own and agency titles

	1998-99	% of total	2000-01	% of total
	(thousands)		(thousands)	
Book sales only:				
Printed titles	2,066,548	97.9	2,116,759	93.9
Audio	13,505	0.6	10,154	0.5
CD-ROM	18,899	0.9	58,106	2.6
Online/e-books	5,143	0.2	5,836	0.3
Other (videos)	7,853	0.4	63,023	2.8
Total	**2,111,949**		**2,253,877**	

Source: Statistics Canada, Survey of Book Publishers and Exclusive Agents.

Figure 3
Ontario had the highest percentage of its workers employed in the culture sector (average 1996 to 2001)

(Culture employment) / (Provincial employment)



Source: *Statistics Canada.*

Employment from the culture sector grew in all provinces from 1996 to 2001 except New Brunswick and Nova Scotia. Quebec reported the largest growth in culture employment, followed by Ontario and British Columbia.

For all provinces, GDP and employment from the culture sector accounted for less than 5% of overall provincial GDP and employment. Compared to the other provinces, Ontario's economy (i.e., GDP and employment) was the most dependent on the contribution of its culture sector.

Vik Singh *is an analyst in the Culture Statistics Program.*

Connecting culture

by Marla Waltman Daschko

Industries such as recording production, film and publishing, as well as performing arts and heritage institutions, have generally been slow to take advantage of the opportunities provided by new information and communications technologies (ICTs). While most of the organizations in the culture sector do benefit from the use of computers, e-mail and the Internet for operational purposes, the commercial possibilities offered by websites and online sales tools are only beginning to be explored.

The cultural industries tend to consist of a few large, vertically integrated, and often foreign-owned, enterprises, as well as many smaller, usually Canadian-owned, enterprises. Previous analysis has shown that large enterprises generally have higher rates of computer and Internet use, and a greater likelihood of having a Web presence than smaller enterprises.[1] As the majority of Canadian enterprises in the cultural industries tend to be small, their rate of computer, Internet and website adoption is consequently lower.

Computerization tends to be very high in information and cultural industries as a whole. In 2003, 93.5% of these enterprises used the Internet and 61.4% had websites. However, an examination of several individual industries indicates that use of the Internet or website presence is not as pervasive.

Sound recording

In 2000, more than one third of Canadian labels and record production firms had active websites while another 17% indicated that they had sites under development. This was a slight increase from what was

1. *Charles, S., M. Ivis and A. Leduc. "Embracing e-business: Does Size Matter?"* Connectedness Series, *Statistics Canada, Catalogue no. 56F0004MIE, No. 5, June 2002.*

Table 1
Use of ICTs by information and cultural industries, 2001-2003

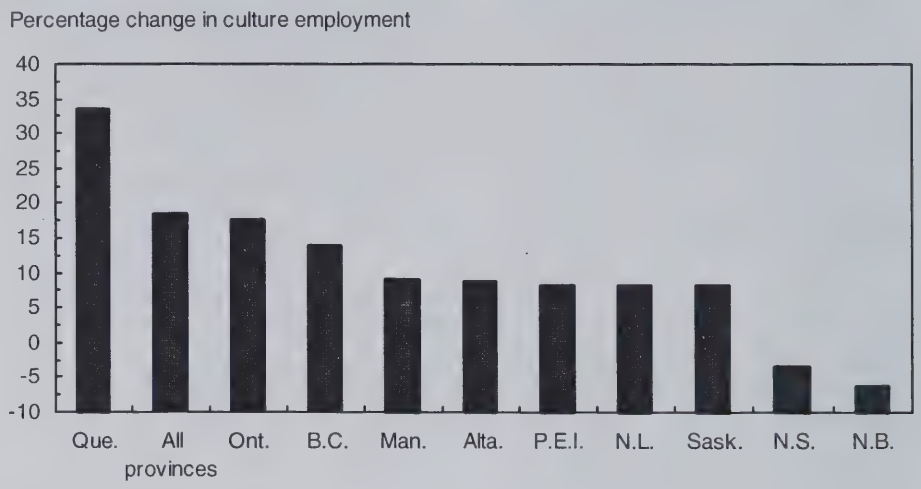
	Use of personal computers			Use of the Internet			Website		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
	%								
Information and cultural industries	98.0	98.1	99.9	92.9	96.7	93.5	65.1	67.5	61.4
Total private sector	83.9	85.5	87.4	70.8	75.7	78.2	28.6	31.5	34.0

Source: Statistics Canada, Survey of Electronic Commerce and Technology.

In addition to having the largest share of Canadian culture GDP, Ontario also had the largest share of culture employment in Canada (42%), on average, over the period 1996 to 2001 (Figure 2). Ontario was followed by Quebec and British Columbia, with 25% and 14% shares of Canadian culture employment, respectively. Together, these three provinces averaged more than three-quarters of all culture employment in Canada over the period. Culture employment in these provinces also showed healthy growth rates (Table 2). Ontario, Quebec and British Columbia reported higher growth rates in culture employment than the other provinces. Of note, Saskatchewan was the only province to experience growth in culture employment in every year.

As shown in Figure 3, employment from the culture sector was most significant in Ontario (4.2%). The proportion of employment from the culture sector in Ontario, Quebec and British Columbia was higher than the national average. Quebec reported the largest growth in culture employment (33%) between 1996 and 2001, followed by Ontario (18%) and British Columbia (14%). Culture employment in Quebec also grew more than the national average. Only New Brunswick (-6%) and Nova Scotia (-4%) experienced a decline in culture employment over this period.

Figure 2
Quebec had the most growth in culture employment



Source: *Statistics Canada.*

Conclusion

This article has reviewed the role of the culture sector in Canadian provincial economies. Ontario, Quebec and British Columbia were the top three provinces in terms of their contributions to culture GDP and culture employment in Canada. These three provinces accounted for more than three-quarters of total culture GDP and culture employment in Canada. Culture GDP in all provinces grew from 1996 to 2001. Ontario reported the largest growth in culture GDP, followed by Alberta and Quebec. Saskatchewan reported the lowest growth in culture GDP.

Table 2
Culture employment by province

	Culture employment								
Provinces	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Average (1996 to 2001)	Average percentage share (1996 to 2001)	Percentage change (1996 to 2001)
Ontario	215,200	217,600	219,100	232,100	266,900	253,100	234,000	42	18
Quebec	123,200	119,200	130,800	137,200	153,800	164,400	138,100	25	33
British Columbia	68,900	71,100	84,200	79,500	78,200	78,400	76,700	14	14
Alberta	48,700	51,000	49,100	51,100	53,000	52,900	51,000	9	9
Manitoba	17,500	16,100	16,800	17,800	16,700	19,100	17,300	3	9
Saskatchewan	14,200	14,700	14,800	15,000	15,000	15,400	14,800	3	8
Nova Scotia	13,200	13,000	13,100	13,500	13,000	12,800	13,100	2	-4
New Brunswick	9,800	9,600	9,200	10,200	10,000	9,200	9,700	2	-6
Newfoundland and Labrador	5,200	4,800	5,400	5,800	5,600	5,700	5,400	1	8
Prince Edward Island	1,600	1,600	1,900	1,600	1,900	1,800	1,700	0	8

Note: Employment figures have been rounded to the nearest hundred.
Source: Statistics Canada.

quarters of Canadian culture GDP, on average. The culture sectors in these provinces also showed healthy growth in their GDP, although Quebec and British Columbia were the only provinces to experience growth in their culture GDPs in every year studied in this paper (Table 1). It is also interesting to note that, with the exception of Quebec, Saskatchewan, Nova Scotia and Prince Edward Island, growth in GDP from the culture sector exceeded the growth in total provincial GDP. In terms of per-capita GDP, Ontario had the highest per-capita GDP from culture ($1,344), on average over the period, followed by Quebec ($1,043) and Alberta ($1,019).

All provinces saw their culture GDP grow from 1996 to 2001. Ontario had the largest increase, 34%, followed by Alberta and Quebec, with increases of 32% and 31%, respectively. These three provinces also had culture GDP growth rates higher than the Canadian average of 30%. On the other hand, Saskatchewan reported the lowest growth rate (0.1%). However, none of the provinces reported a decline in GDP from their culture sectors.

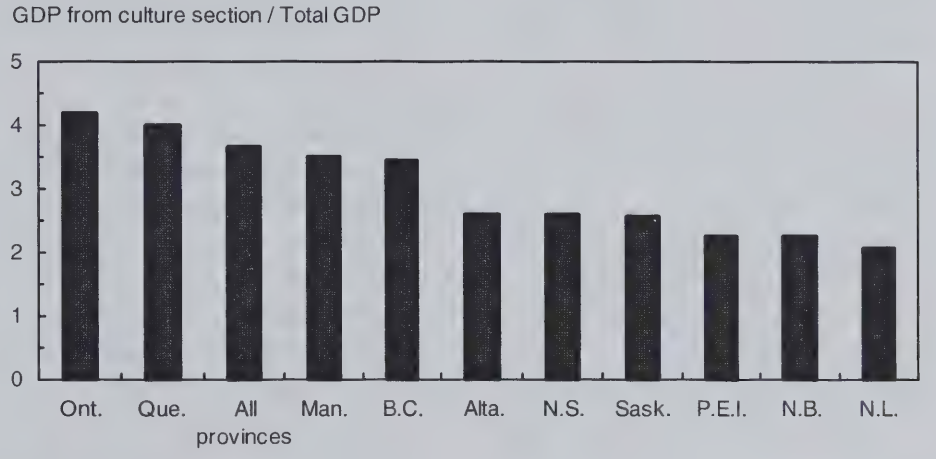
The culture sector was also an important contributor to provincial GDP (Figure 1). It was most significant to the economies of Ontario and Quebec, averaging approximately 4% of each, over the period. However, culture's contribution to both provinces' GDP fell slightly over the period.

Impact of culture on employment

The growing importance of the culture sector to provincial economies can be measured by estimating employment counts. Here, employment refers to the number of employed individuals, 15 years and over, who were working during the survey reference period, including full-time, part-time and freelancers.[2] It should be noted that volunteers are not included in employment estimates in this paper, even though a large part of employment in the culture sector was composed of volunteers.

2. *Most of the employment numbers were obtained from the* Labour Force Survey.

Figure 1
Ontario had the highest percentage of GDP from the culture sector (average 1996 to 2001)



Source: *Statistics Canada.*

Table 1
Culture GDP by province

Provinces	Culture GDP									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Average (1996 to 2001)	Per-capita GDP Average (1996 to 2001)	Average percentage share (1996 to 2001)	Percentage change (1996 to 2001)
	$ millions							$		
Ontario	13,380	13,524	14,480	15,767	17,539	17,929	15,437	1,344	47	34
Quebec	6,570	6,880	7,484	7,861	8,398	8,614	7,635	1,043	23	31
British Columbia	3,421	3,572	3,747	3,798	4,244	4,249	3,838	961	12	24
Alberta	2,619	2,752	2,721	3,002	3,353	3,453	2,983	1,019	9	32
Manitoba	949	946	1,007	1,040	1,117	1,169	1,038	908	3	23
Saskatchewan	744	729	754	714	758	744	741	731	2	0.1
Nova Scotia	485	507	505	522	574	570	527	565	2	18
New Brunswick	362	359	371	375	406	400	379	504	1	10
Newfoundland and Labrador	207	212	224	226	237	235	223	415	1	14
Prince Edward Island	63	56	61	62	69	67	63	463	0.2	7

Source: Statistics Canada.

Summary

This article has explored the culture sector's contribution to the Canadian economy by measuring the impact of the culture sector on GDP and employment. Over the period 1996 to 2002, the culture sector matched the growth rate of the overall economy in terms of both GDP and employment.

The culture sector generated more than $34 billion in GDP (approximately 3.8% of Canadian GDP), on average, over the period 1996 to 2002. Culture sector GDP grew at the same rate as did total Canadian GDP (37%) during this period.

Written media, *Broadcasting* and the *Film industry* had both the highest GDP and culture employment. Together, they accounted for 69% of culture GDP and 55% of culture employment, on average, over the period 1996 to 2002. *Written media* was the largest culture sub-sector in terms of both GDP and employment – it accounted for 47% of culture GDP and 31% of culture employment, on average, over the period 1996 to 2002.

The culture sector accounted for more than half a million workers, on average, over the period 1996 to 2002. Similar to GDP, employment in the culture sector grew at the same rate as did employment in the total Canadian economy (15%). The culture sector was also an important contributor to overall job creation in Canada. Around 3.8% of all jobs created in Canada every year over the period came from the culture sector.

Although most jobs in the culture sector were full-time, there was a slightly lower proportion of full-time employees in the culture workforce than in the overall Canadian workforce. On average, 78% of the culture labour force was employed full-time, compared to 81% for the overall Canadian employed labour force.

Self-employment was also important in the culture sector. More than a quarter of culture workers were self-employed, on average, during the period 1996 to 2002. This was higher than the proportion of all workers in Canada who were self-employed. The culture sector was also less reliant on the public sector. Only 5% of culture workers were in the public sector compared to 19% for all Canadian workers.

Although the culture sector accounted for less than 4% of both Canada's GDP and employment, the study shows that both GDP and employment in the culture sector grew more or less at the same rate as the overall Canadian economy. These consistent positive trends in GDP and employment contributions solidify the importance of the culture sector as a contributor to Canada's economic growth. It should also be stressed that only the direct effect of culture was estimated. Indirect and induced effects of the culture sector were not examined. Adding these indirect and induced effects would increase the magnitude of the economic benefits of the culture sector. Further research is required to study and estimate these benefits.

Vik Singh *is an analyst in the Culture Statistics Program.*

□

Provincial economies and the culture sector

by Vik Singh

This article has been adapted from *Economic Contribution of the Culture Sector in Canada – A Provincial Perspective*, published in the Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics research paper series. The original document is available from the Statistics Canada website at http://dissemination.statcan.ca:8083/english/research/81-595-MIE/81-595-MIE2004025.pdf.

This article estimates and analyzes the economic impact of the culture sector on Canada's provincial economies for the period 1996 to 2001. It examines the contribution of the culture sector to the provinces' Gross Domestic Product (GDP) and employment. According to the *Canadian Framework for Culture Statistics*,[1] culture is defined as "creative artistic activity and the goods and services produced by it, and the preservation of human heritage." This paper estimates the economic impact of the culture sector and not of culture in general, i.e., it estimates GDP and employment arising from the culture sector as defined by the framework.

Impact of culture on GDP

On average, Ontario was the largest contributor to total culture GDP in Canada (47%), followed by Quebec (23%) and British Columbia (12%), over the period 1996 to 2001. Together, these three provinces accounted for more than three-

1. *Statistics Canada (2004)*, Canadian Framework for Culture Statistics, Research Paper Series, *Catalogue no. 81-595-MIE2004021, Culture Statistics Program, Statistics Canada, available at: http://dissemination.statcan.ca:8083/english/research/81-595-MIE/81-595-MIE2004021.pdf.*

Table 6
Culture employment by sub-sectors

Culture sub-sectors	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Average (1996 to 2002)	Percentage share of culture employment average (1996 to 2002)
Written media	156,000	160,000	150,600	151,200	168,000	165,500	158,900	158,600	31
Film industry	44,000	49,800	63,800	78,800	84,000	91,800	88,700	71,600	14
Broadcasting	45,900	42,400	47,000	45,500	51,500	56,600	55,200	49,200	10
Design	44,700	42,000	42,400	42,500	45,900	44,600	43,700	43,700	9
Advertising	36,400	36,400	39,900	42,000	47,100	49,000	48,600	42,800	8
Heritage	31,900	32,000	33,300	34,800	35,100	35,600	35,900	34,100	7
Libraries	24,700	24,700	24,700	24,700	24,700	24,600	24,600	24,700	5
Performing arts	24,000	21,600	22,200	20,900	21,000	21,100	23,700	22,100	4
Sound recording and music publishing	16,100	18,000	21,100	17,400	15,200	17,200	13,000	16,900	3
Visual arts	13,300	12,000	14,700	15,900	14,300	13,200	13,600	13,900	3
Architecture	10,000	9,700	12,200	14,400	18,200	15,700	17,100	13,900	3
Photography	11,600	8,000	7,500	10,000	9,100	8,600	9,500	9,200	2
Festivals	2,300	2,300	2,900	3,200	3,600	4,000	4,300	3,200	1

Source: Statistics Canada and the Department of Canadian Heritage.

sectors grew from 1996 to 2002. The *Film industry, Festivals, Advertising, Architecture* and *Broadcasting* reported higher employment growth rates than did the overall culture sector.

The *Film industry*, which reported the second highest growth in culture GDP, was the fastest growing sub-sector in terms of culture employment, more than doubling its employment levels over the period. This was primarily due to the growth in employment in production and retail activities. However, employment in the *Film industry* suffered a decline of 3% between 2001 and 2002. The other two rapidly growing culture sub-sectors were *Festivals* and *Architecture*, with growth rates of 87% and 71%, respectively, over the period. Most of the growth in employment in *Architecture* came from growth in full-time jobs. Comparing the growth rates over the various years, we find that 6 out of 13 culture sub-sectors reported a decline in employment from 1996 to 1997 and from 2001 to 2002, whereas 11 out of 13 culture sub-sectors reported an increase from 1997 to 1998.

Table 7
Employment growth rates in culture sub-sectors

Culture sub-sectors	Percentage change							Average annual percentage growth rate (1996 to 2002)
	1996 to 1997	1997 to 1998	1998 to 1999	1999 to 2000	2000 to 2001	2001 to 2002	1996 to 2002	
Film industry	13.2	28.1	23.5	6.6	9.3	-3.4	101.6	12.9
Festivals	0.0	26.1	10.3	12.5	11.1	7.5	87.0	11.3
Architecture	-3.0	25.8	18.0	26.4	-13.7	8.9	71.0	10.4
Advertising	0.0	9.6	5.3	12.1	4.0	-0.8	33.5	5.0
Broadcasting	-7.6	10.8	-3.2	13.2	9.9	-2.5	23.3	3.4
Heritage	0.3	4.1	4.5	0.9	1.4	0.8	12.5	2.0
Sound recording and music publishing	11.8	17.2	-17.5	-12.6	13.2	-24.4	6.8	-2.1
Visual arts	-9.8	22.5	8.2	-10.1	-7.7	3.0	2.3	1.0
Written media	2.6	-5.9	0.4	11.1	-1.5	-4.0	1.9	0.5
Libraries	0.0	0.0	0.0	0.0	-0.4	0.0	-0.4	-0.1
Performing arts	-10.0	2.8	-5.9	0.5	0.5	12.3	-1.3	0.0
Design	-6.0	1.0	0.2	8.0	-2.8	-2.0	-2.2	-0.3
Photography	-31.0	-6.3	33.3	-9.0	-5.5	10.5	-18.0	-1.3

Source: Statistics Canada.

be because a larger proportion of the culture labour force was self-employed compared to the overall economy (25% versus 16%), due mainly to the project-based work characteristic of many occupations in the culture sector. The *Film industry* provides an excellent example of project-based activity. Another important observation is that only about 5% of culture sector employment was in the public sector compared to 19% of total Canadian employment, on average, during this period.

Culture workers are somewhat less likely than workers in general to hold full-time jobs. In 2002, 77% of the culture labour force worked full-time, compared to 81% of the total labour force in Canada. These results are similar to those of other studies that found part-time and self-employment much more evident in the culture sector than in the general workforce.[1] The higher proportion of part-time work in the culture sector compared to the overall economy reflects the unique nature of some occupations in the culture sector, such as writing, which tend to be part-time.

Employment in culture sub-sectors

The top three culture sub-sectors in terms of GDP were also the top three culture sub-sectors for employment – *Written media*, *Broadcasting* and the *Film industry*. *Written media* accounted for 31% of culture sector employment, on average, over the period. Between 1996 and 2002, employment in this sub-sector increased about 2%, to 158,900 workers. As was the case with GDP, the majority of employment in *Written media* (70%) was generated by newspaper publishing.

The other two major culture sub-sectors in terms of employment were the *Film industry* and *Broadcasting*, accounting for 14% and 10% of culture sector employment, respectively. Around 71,600 workers were employed in the *Film industry*, on average, over the period. Employment in the *Broadcasting* sub-sector averaged 49,200 individuals. As was the case with GDP, most of the employment in the *Broadcasting* sub-sector came from the private sector, especially the television sector.

Comparing the composition of culture GDP and employment for the same sub-sectors, there are some interesting similarities and differences. *Written media*, for example, had a significantly higher share of culture GDP (47%) than culture employment (31%). *Design*, which accounted for 9% of culture employment, only accounted for 3% of culture GDP. On the other hand, some culture sub-sectors showed little difference between their shares of GDP and employment. *Sound recording and music publishing*, for example, had 3% shares of both.

Employment growth in culture sub-sectors

Except for *Photography* (-18%), *Performing arts* (-1%), *Libraries* (-0.4%) and *Design* (-2%), average employment in all culture sub-

1. *Benhamou, F. (2000), "The Opposition of Two Models of Labour Market Adjustment. The Case of the Audiovisual and Performing Arts in France and the United Kingdom," Journal of Cultural Economics, 24, pp. 301-319.*

Table 5
Characteristics of culture workers

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Average (1996 to 2002)
					%			
Culture sector workers employed full-time	78	77	78	79	79	78	77	78
Workers employed full-time in Canada	81	81	81	82	82	82	81	81
Unemployment rate in the culture sector	7	6	5	5	5	5	6	6
Unemployment rate in Canada	10	9	8	8	7	7	8	8
Culture sector								
Employees in public sector	4	4	3	5	6	6	5	5
Employees in private sector	72	70	70	71	71	71	71	71
Self-employed	24	26	26	26	25	25	25	25
Canada								
Employees in public sector	19	18	18	18	19	19	19	19
Employees in private sector	65	65	65	65	65	66	66	65
Self-employed	16	17	17	17	16	15	15	16

Source: Statistics Canada, Labour Force Survey.

Table 3
Culture GDP by sub-sectors

Culture sub-sectors (current $ millions)	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Average (1996 to 2002)	Percentage share of culture GDP (average 1996 to 2002)
Written media	11,787	12,619	13,328	13,843	15,576	16,745	17,368	14,467	47
Broadcasting	3,347	3,781	3,782	3,857	4,237	4,468	4,743	4,031	13
Film industry	2,113	2,124	2,565	2,876	3,069	3,212	3,107	2,724	9
Advertising	1,731	1,840	1,851	2,235	2,532	2,493	2,553	2,176	7
Performing arts	1,460	1,368	1,563	1,582	1,303	1,373	1,428	1,440	5
Visual arts	1,239	1,105	1,174	1,286	1,209	1,020	967	1,143	4
Libraries	1,156	1,146	1,137	1,128	1,120	1,113	1,105	1,129	4
Design	844	899	916	946	1,020	1,039	1,096	966	3
Sound recording and music publishing	931	1,043	1,124	776	852	807	801	905	3
Heritage	812	829	877	921	970	1,010	1,093	930	3
Architecture	627	553	742	764	1,024	916	969	799	3
Photography	322	232	234	359	375	343	388	322	1
Festivals	34	34	45	50	57	65	74	51	0

Source: Statistics Canada.

Table 4
GDP growth rates in culture sub-sectors

Culture sub-sectors	Percentage change							Average annual percentage growth rate 1996 to 2002
	1996 to 1997	1997 to 1998	1998 to 1999	1999 to 2000	2000 to 2001	2001 to 2002	1996 to 2002	
Festivals	-1.2	33.7	11.3	13.7	13.7	13.8	117.6	14.2
Architecture	-11.7	34.1	2.9	34.0	-10.5	5.8	54.5	9.1
Advertising	6.3	0.6	20.7	13.3	-1.6	2.4	47.5	7.0
Written media	7.1	5.6	3.9	12.5	7.5	3.7	47.3	6.7
Film industry	0.5	20.7	12.1	6.7	4.6	-3.3	47.0	6.9
Broadcasting	13.0	0.02	2.0	9.8	5.5	6.2	41.7	6.1
Heritage	2.1	5.9	5.0	5.3	4.2	8.2	34.6	5.1
Design	6.5	1.9	3.2	7.8	1.9	5.5	29.9	4.5
Photography	-27.9	0.9	53.2	4.5	-8.6	13.1	20.5	5.9
Performing arts	-6.3	14.2	1.2	-17.6	5.4	4.0	-2.2	0.2
Libraries	-0.8	-0.8	-0.8	-0.7	-0.7	-0.7	-4.4	-0.7
Sound recording and music publishing	12.0	7.8	-31.0	9.9	-5.3	-0.7	-14.0	-1.2
Visual arts	-10.8	6.2	9.6	-6.02	-15.6	-5.2	-22.0	-3.6

Source: Statistics Canada.

Impact of culture on employment

The importance of the culture sector to the Canadian economy can also be measured by examining employment. On average, more than half a million Canadians worked in the culture sector in any given year in the period 1996 to 2002. Total employment in the culture sector increased 15% over this period, rising from approximately 517,800 in 1996 to 597,700 in 2002. Around 3.9% of all Canadian employment in 2002 was in the culture sector, which was slightly higher than the 3.8% of total GDP generated by the culture sector for the same year.

Between 1996 and 2002, employment in the culture sector grew at about the same rate as did employment in the overall Canadian economy. However, employment growth in the culture sector fluctuated considerably during this period. The largest growth in culture employment occurred from 1999 to 2000 (9%), while employment declined 1% from 1996 to 1997 and 2% from 2001 to 2002. It is interesting to note that both culture GDP and employment showed the highest rate of growth from 1999 to 2000.

The unemployment rate in the culture sector was lower than that of the overall Canadian unemployment rate (6% versus 8%), on average, for the period 1996 to 2002. This could

Table 1
Culture sector GDP

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Average (1996 to 2002)	Percentage change (1996 to 2002)	Average annual percentage growth rate (1996 to 2002)
Total Canadian GDP at current dollars (millions)	774,404	816,763	840,473	903,750	995,219	1,022,055	1,060,229	916,128	36.9	5.4
GDP from the culture secor at current dollars (millions)	29,233	30,441	32,375	33,953	37,489	38,486	39,923	34,557	36.6	5.4
Culture sector GDP as a percentage of Canadian GDP	3.8	3.7	3.9	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8		

Source: Statistics Canada.

Table 2
Culture employment

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Average (1996 to 2002)	Percentage change (1996 to 2002)	Average annual percentage growth rate (1996 to 2002)
Total culture employment	517,800	513,100	537,300	554,400	604,900	611,000	597,700	562,300	15.0	2.5
Total Canadian employment	13,462,600	13,744,400	14,140,400	14,531,200	14,909,700	15,076,800	15,411,800	14,468,100	15.0	2.3
Culture sector employment as a percentage of total Canadian employment	3.8	3.7	3.8	3.8	4.1	4.1	3.9	3.9		

Source: Statistics Canada.

each year. Most of the GDP in this sub-sector came from newspaper publishing. Other major contributors to culture GDP were *Broadcasting* and the *Film industry*, with 13% and 9% of culture GDP, respectively. Wages and salaries accounted for most of the GDP for the *Film industry* and *Broadcasting*. Together, the top three sub-sectors (*Written media*, *Broadcasting* and the *Film industry*) generated more than half of culture GDP, on average, over the period. It is not surprising to find that these three sub-sectors, which are composed of mainly profit oriented establishments, dominated the culture sector, compared to other sub-sectors that are largely composed of non-profit oriented establishments (for example, *Libraries* and *Performing arts*).

Broadcasting, which includes establishments engaged in private and public broadcasting (radio and television), generated an average of about $4 billion in GDP per year. Most of the GDP in this sub-sector was generated by private broadcasting – around 73%, the majority of which came from television broadcasting as opposed to radio broadcasting. Public and non-commercial broadcasting (for example, the Canadian Broadcasting Corporation) accounted for the remaining share of the *Broadcasting* GDP. The third largest culture sub-sector in terms of its contribution to GDP was the *Film industry*, composed of establishments engaged in the creation, production and distribution of film and video. It generated an average of $2.7 billion in GDP over the period 1996 to 2002.

GDP growth in culture sub-sectors

Comparing the GDP growth rates of the culture sub-sectors, we find that almost all of the culture sub-sectors, except *Visual arts, Sound recording and music publishing, Performing arts* and *Libraries*, grew between 1996 and 2002. The sub-sectors of *Design, Written media, Broadcasting* and *Heritage* reported growth in every year. The fastest growing culture sub-sector was *Festivals*, which reported an average annual growth rate of 14% over the period 1996 to 2002.

306.0971
F683
15:1
Govt Documents

CUSON

CULTURE

Quarterly Bulletin from the Culture Statistics Program

Catalogue no. 87-004-XPB Vol. 15, No. 1

THE LIBRARY OF THE
MAY 10 2005
UNIVERSITY OF ILLINOIS
URBANA-CHAMPAIGN

The impact of the culture sector on the Canadian economy

by Vik Singh

This article has been adapted from *Economic Contribution of Culture in Canada*, published in the Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics research paper series. This version has been updated with 2002 data. The original document is available from the Statistics Canada website at http://dissemination.statcan.ca:8083/english/research/81-595-MIE/81-595-MIE2004023.pdf.

This article examines the culture sector's contribution to the Canadian economy. It measures the impact of the culture sector on Gross Domestic Product (GDP) and employment. In 2002, GDP from culture activities amounted to more than $39 billion, an increase of 37% from the 1996 figure of approximately $29 billion. This matched the overall growth in the Canadian economy (37%) over the period. The contribution of the culture sector to the Canadian economy amounted to approximately 3.8% of Canadian GDP in 2002.

The importance of the culture sector to the Canadian economy can also be examined by considering employment in the sector. On average, more than half a million Canadians worked in the culture sector in any given year in the period 1996 to 2002. Culture employment showed steady growth over this period, increasing 15%, from about 517,800 in 1996 to 597,700 in 2002.

Note
Previous analyses of employment in the culture sector will have results that differ from those reported here. The implementation of the *Canadian Framework for Culture Statistics*, published in August, 2004, has resulted in the use of a definition of the culture sector that is different from ones used in previously published studies. Therefore, employment numbers in this paper can be expected to differ from previous analyses.

GDP from culture sub-sectors

Written media, which includes establishments engaged in the publishing industry (newspapers, books and periodicals), was the biggest contributor to culture GDP. Between 1996 and 2002, this sub-sector accounted for an average of about $14 billion or 47% of culture GDP

In This Issue...

Articles:
- The impact of the culture sector on the Canadian economy 1
- Provincial economies and the culture sector 6
- Connecting culture 9

Provincial and territorial data:
- Performing arts, 2003 12

Did you know?
- New data on heritage institutions, 2002 14

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

LA CULTURE EN PERSPECTIVE

Bulletin trimestriel du Programme de la statistique culturelle

N° 87-004-XPB au catalogue

Vol. 15, n° 2

Gains des travailleurs du secteur culturel : constatations fondées sur les données du recensement du Canada

par Vik Singh

L'étude des gains dans le secteur culturel est importante pour comprendre la vitalité de ce secteur. Cette question revêt, en outre, beaucoup d'intérêt pour de nombreux organismes et groupes de lobby du secteur culture[1]. Le *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*1 répertorie 48 professions[2] à titre de professions culturelles. S'appuyant sur les données des recensements de la population de 1996 et 2001[3], cet article se veut une analyse comparative du revenu d'emploi entre les professions culturelles[4] et l'ensemble des professions.

Le revenu moyen d'emploi des travailleurs du secteur culturel est inférieur à la moyenne canadienne

Le revenu moyen d'emploi des travailleurs du secteur culturel était inférieur à celui de l'ensemble des travailleurs au Canada. En 2000, le revenu moyen d'emploi[5] des travailleurs du secteur culturel s'élevait à 30 149 $, comparativement à 32 123 $ pour l'ensemble des travailleurs au Canada (tableau 1)[6]. La variation en pourcentage du revenu moyen d'emploi entre 1995 et 2000 dans les professions culturelles se situait

1. Statistique Canada (2004), *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*, Série des documents de recherche, n° 81-595-MIF2004021 au catalogue, Programme de la statistique culturelle, Statistique Canada, accessible à l'adresse suivante : http://dissemination.statcan.ca:8083/francais/research/81-595-MIF/81-595-MIF2004021.pdf.
2. On ne dispose pas de données au sujet de l'une des catégories de professions culturelles – *Superviseurs/superviseures de commis de bibliothèque, de correspondanciers et d'autres commis à l'information.*
3. Les années de référence pour les recensements de 1996 et de 2001 sont 1995 et 2000, respectivement.
4. Les catégories professionnelles sont tirées de la *Classification type des professions* (CTP), 1991, qu'on peut consulter à l'adresse suivante : http://dissemination.statcan.ca/francais/concepts/occupation_f.htm
5. Le revenu d'emploi s'entend du revenu gagné dans l'année civile et est exprimé en dollars constants de 2000.
6. La collecte des données du recensement sur les gains est fondée sur la principale profession. Si une personne a exercé plus d'une profession, la profession pour laquelle il a effectué le plus grand nombre d'heures travaillées dans la semaine de référence devient la principale profession. Ainsi, une personne qui a joué de la guitare dans un groupe rock deux jours par semaine et qui a travaillé comme serveur dans un restaurant trois jours par semaine sera considérée comme un serveur plutôt que comme un musicien.

Dans le présent numéro. . .

Articles :

- Gains des travailleurs du secteur culturel : constatations fondées sur les données du recensement du Canada 1
- Participation des femmes à l'effectif du secteur culturel 7

Profil :

- Les personnes qui travaillent dans les bibliothèques scolaires au Canada 10

Données provinciales et territoriales :

- Écoute de la radio, Automne 2004 13

Saviez-vous que? :

- Nouvelles données de l'Enquête sur l'édition du périodique, 2003 14

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Revenu d'emploi : Somme des salaires et traitements et du revenu net provenant d'un travail autonome qui est tiré de l'exploitation d'une ferme, d'une entreprise ou d'un cabinet professionnel appartenant au répondant et exploité par lui. Le revenu provenant d'un travail autonome est calculé après déduction des dépenses d'exploitation mais, comme pour les salaires et traitements, avant déduction de l'impôt sur le revenu. Les redevances sont incluses.

Travailleurs à temps plein : Personnes âgées de 15 ans ou plus qui ont travaillé à temps plein contre rémunération ou à titre de travailleur autonome pendant 49 à 52 semaines dans l'année de référence.

Culture : L'activité artistique créatrice et les biens et services produits par cette activité, et la conservation du patrimoine humain.

également en deçà de la moyenne nationale (9 % comparativement à 10 %). Par conséquent, en plus d'afficher un revenu moins élevé, les travailleurs du secteur culturel ont vu leurs gains croître moins fortement par rapport à la moyenne nationale.

La répartition des gains entre les professions culturelles révèle également des choses intéressantes. Dans le tableau 1, les professions culturelles sont regroupées dans deux grandes sous-catégories : a) *les principales professions culturelles* et b) les *professions des services de soutien culturel*[7]. En 2000, les gains moyens des travailleurs des *professions des services de soutien culturel* (31 139 $), bien qu'inférieurs à la moyenne nationale pour l'ensemble des professions (32 123 $), étaient plus élevés que les gains moyens de l'ensemble des travailleurs des professions culturelles (30 149 $). Cependant, la variation en pourcentage du revenu moyen d'emploi déclaré par les travailleurs des *professions des services de soutien culturel* (5 %) entre 1995 et 2000 était inférieure à celle observée chez les travailleurs des *principales professions culturelles* (14 %). De plus, cinq des neuf catégories de professions culturelles qui ont affiché une baisse des gains moyens faisaient partie des *professions des services de soutien culturel*. Tant en 1995 qu'en 2000, les travailleurs des *principales professions culturelles* ont déclaré un revenu d'emploi moindre que ceux des *professions des services de soutien culturel* et des travailleurs en général. Toutefois, le revenu moyen d'emploi des travailleurs des *principales professions culturelles* a progressé plus rapidement que celui de l'ensemble des travailleurs du secteur culturel au Canada entre 1995 et 2000 (14 % comparativement à 9 %).

La plupart des professions culturelles (38 sur 47) ont constaté une progression des gains moyens entre 1995 et 2000. La plus forte croissance a été observée chez les *peintres, sculpteurs/sculpteures et autres artistes des arts visuels* (36 %), tandis que la baisse la plus prononcée a été signalée par les *chefs d'orchestre, compositeurs/compositrices et arrangeurs/arrangeuses* (-10 %).

La majorité des professions culturelles ont déclaré un revenu moyen d'emploi inférieur à celui des autres professions. Si on classe toutes les professions en fonction des gains, on constate qu'environ les deux tiers des professions culturelles (64 % en 1995 et 66 % en 2000) se situaient dans la moitié inférieure. En 1995, les *artisans/artisanes* comptaient parmi les 25 professions les moins rémunératrices au Canada; en 2000, les *commis de bibliothèque* étaient dans une situation similaire. Aucune profession culturelle ne faisait partie des 25 professions les plus rémunératrices au pays dans l'une ou l'autre des années de référence des recensements. Par ailleurs, les professions culturelles se retrouvant dans le quartile supérieur des gains pour l'une et l'autre année de recensement représentaient de faibles proportions (4 % et 6 %, respectivement). Les gains les plus élevés déclarés dans les professions culturelles s'établissaient à 47 867 $ (*directeurs/directrices – édition, cinéma, radiotélédiffusion et arts de la scène*) en 1995 et à 52 592 $ (*architectes*) en 2000 (tableaux 4 et 5).

Le fait que les travailleurs des professions culturelles aient continué de gagner moins que ceux des autres professions tient à divers facteurs. On a constaté dans des études canadiennes antérieures que le revenu dans certaines professions culturelles (p. ex., les rédacteurs à la pige), bien que constamment inférieur à celui du salarié moyen, n'était pas uniformément réparti en ce sens que des concentrations plus fortes étaient observées dans les

Tableau 1

Le revenu moyen d'emploi dans les professions culturelles était inférieur par rapport à l'ensemble des professions au Canada

	Revenu moyen d'emploi (en dollars constants de 2000)		Variation en pourcentage (1995-2000)
	1995	2000	
Ensemble des professions	**29 160**	**32 123**	**10**
Professions culturelles	**27 692**	**30 149**	**9**
Principales professions culturelles	**25 485**	**29 142**	**14**
Professions liées à la création et à la production artistiques	24 918	28 786	16
Professions liées à la collection et à la conservation du patrimoine	33 026	34 639	
Professions des services de soutien de la culture	**29 627**	**31 139**	**5**
Professions liées à la gestion de la culture	47 296	49 370	4
Professions techniques et professionnelles	28 479	30 047	6
Professions liées à la fabrication	29 041	29 970	3

Source : Statistique Canada, recensements de la population de 1996 et de 2001.

7. Pour la liste des professions culturelles, voir les tableaux 4 et 5.

tranches inférieures et supérieures[8]. On a donné à entendre dans d'autres études que la plus forte variation des gains dans le secteur culturel comparativement aux autres secteurs était peut-être attribuable au fait que le travail dans beaucoup de professions culturelles est axé sur des projets, ainsi qu'à l'incertitude de réussir à obtenir un nouveau contrat après avoir mené à terme un projet[9]. Dans certaines professions artistiques, l'emploi est plus instable qu'il ne l'est que dans de nombreuses autres professions non culturelles, ce qui pourrait également expliquer pourquoi certaines professions culturelles affichent des gains plus faibles.

Les femmes demeurent en retard sur les hommes

Les données des recensements révèlent que les femmes affichaient des gains inférieurs à ceux des hommes au Canada. En effet, les femmes ont déclaré des gains équivalant à 63 % et 64 % de ceux des hommes en 1995 et 2000, respectivement. On a observé la même tendance dans les professions culturelles. Toutefois, la situation des femmes exerçant une profession culturelle était légèrement meilleure que celle des femmes dont la profession ne s'inscrivait pas dans le secteur de la culture. Les femmes qui exerçaient une profession culturelle gagnaient environ 70 cents et 72 cents pour chaque dollar de gains des hommes en 1995 et 2000, respectivement (tableau 2). Cependant, entre 1995 et 2000, les femmes dans les professions culturelles ont vu leur revenu moyen d'emploi progresser plus rapidement (11 %) que celui de leurs homologues masculins (7 %).

Les femmes exerçant une profession culturelle n'ont pas réussi toutefois à rattraper les hommes sur le plan des gains. L'écart entre le revenu moyen d'emploi des hommes et celui des femmes est demeuré à peu près le même pour les deux périodes de recensement (9 823 $ et 9 731 $ en 1995 et 2000, respectivement), comme le montre le tableau 2. Néanmoins, l'écart entre les gains des hommes et ceux des femmes était inférieur dans le secteur culturel comparativement à l'ensemble des professions, et ce, tant en 1995 qu'en 2000. Ainsi, en 2000, les hommes gagnaient, en moyenne, 14 040 $ de plus que les femmes. Par ailleurs, les hommes exerçant une profession culturelle gagnaient, en moyenne, seulement 9 731 $ de plus que leurs homologues féminins.

Les gains des hommes étaient supérieurs à ceux des femmes dans toutes les professions culturelles, sauf trois (*autres artistes du spectacle; commis de bibliothèque; techniciens/techniciennes et assistants/assistantes dans les bibliothèques et les services d'archives*) en 1995 et une seule (*commis de bibliothèque*) en 2000.

La figure 1 montre qu'alors que le revenu moyen d'emploi des hommes dans les professions culturelles était inférieur à la moyenne nationale pour les hommes, l'inverse était vrai dans le cas des femmes. Le revenu moyen des femmes dans les professions culturelles était légèrement supérieur à la moyenne nationale pour les femmes, tant en 1995 (22 479 $ comparativement à 22 219 $) qu'en 2000 (24 941 $ comparativement à 24 691 $).

En moyenne, la catégorie professionnelle formée des *directeurs/directrices de bibliothèque, d'archives, de musée et de galerie d'art* a affiché en 1995 les gains les plus élevés, et ce, tant pour les hommes que pour les femmes (52 663 $ et 42 559 $, respectivement). Toutefois, en 2000, la catégorie professionnelle des *architectes* a déclaré les gains les plus élevés chez les hommes (56 482 $) tandis que, dans le cas des femmes, ce sont les *directrices – édition, cinéma, radiotélédiffusion et arts de la scène* qui se sont classées au premier rang (44 653 $). Chez les hommes, la catégorie professionnelle ayant déclaré les gains les moins élevés était celle des *commis de bibliothèque*, tant en 1995 qu'en 2000 (12 376 $ et

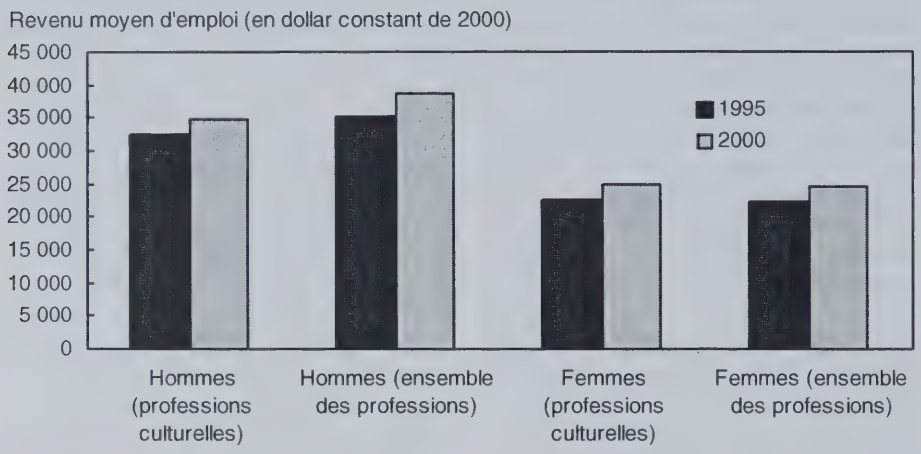
8. Harrison, B.R., et Thera, J.R. (1983), « Economic Status of Canadian Freelance Writers », dans *Markets for the Arts*, éd. James L. Shannon, William S. Hendon, Izzak Hillhorst et Jaap van Straalen, Akron : Association of Cultural Economics, pp. 126-136.
9. McNertney, E.M., et Waits, R.C. (1989), « The Incomes of Culture providers », A review of Current Research », dans *Cultural Economics 88 : An American Perspective*, par Douglas V. Shaw, William S. Hendon et Virginia Lee Owen, Akron : University of Akron, pp. 41-48.
Santos, F.P. (1976), « Risk, Uncertainty and the Performing Arts », *Economics of the Performing Arts*, éd. Mark Blaug, Boulder: Westview Press, pp. 248-259.
Filer, R.K. (1986), « The Starving Artist – Myth or Reality? Earnings of artists in the United States », *Journal of Political Economy*, vol. 94, pp. 56-75.

Tableau 2
Le revenu moyen d'emploi des hommes était supérieur à celui des femmes

	Revenu moyen d'emploi (en dollars constants de 2000)		Variation en pourcentage (1995-2000)
	1995	2000	
Professions culturelles	**27 692**	**30 149**	**9**
Hommes	32 302	34 672	7
Femmes	22 479	24 941	11
Écart salarial entre les sexes	9 823	9 731	-1
Ensemble des professions	**29 160**	**32 123**	**10**
Hommes	35 106	38 731	10
Femmes	22 219	24 691	11
Écart salarial entre les sexes	12 887	14 040	9

Nota : L'écart entre les sexes représente la différence entre les gains des hommes et ceux des femmes.
Source : Statistique Canada, recensements de la population de 1996 et de 2001.

Figure 1
Le revenu moyen d'emploi des hommes dans les professions culturelles était inférieur à la moyenne nationale pour l'ensemble des professions



Source : *Recensements de la population de 1996 et de 2001, Statistique Canada.*

12 076 $, respectivement). Du côté des femmes, ce sont les *artisanes* qui ont affiché les plus faibles gains en 1995 (9 200 $) et 2000 (11 843 $).

Les plus fortes disparités entre les hommes et les femmes au chapitre des gains ont été observées au sein de la profession de *photographe*, où les gains des femmes équivalaient, en moyenne, à environ la moitié (seulement 54 % et 51 %) de ceux de leurs homologues masculins en 1995 et 2000, respectivement. Si on regarde les grandes catégories de professions culturelles, on observe que les femmes dans les *professions des services de soutien culturel* gagnaient beaucoup moins que celles œuvrant dans les *principales professions culturelles*. Ainsi, en 2000, les femmes gagnaient seulement 57 cents pour chaque dollar de gains de leurs homologues masculins dans les *professions des services de soutien culturel*, comparativement à 81 cents par dollar de gains dans les *principales professions culturelles*.

La persistance de l'écart salarial entre les sexes dans le secteur culturel et dans l'économie en général tient à divers facteurs. Certaines études ont mis en relief le fait que les femmes en général sont plus susceptibles d'être surreprésentées dans les emplois à temps partiel ou temporaires et que ces emplois sont généralement moins rémunérateurs que les emplois à temps plein[10]. Dans d'autres études, on a fait état des répercussions négatives du travail ménager sur les taux de rémunération horaire des femmes[11].

Les travailleurs à temps partiel[12] du secteur culturel affichaient les gains salariaux les plus élevés en pourcentage

En 2000, les gains moyens des travailleurs à temps plein dans les professions culturelles s'établissaient à 40 060 $, soit une hausse de 2 % par rapport à la moyenne de 39 356 $ enregistre en 1995 (tableau 3). Entre 1995 et 2000, les gains des travailleurs à temps plein dans les professions culturelles ont progressé moins que la moyenne des gains des travailleurs à temps plein dans l'ensemble des professions au Canada (2 % comparativement à 6 %). Cependant, les gains moyens des travailleurs à temps partiel du secteur culturel ont progressé davantage que ceux de l'ensemble des travailleurs à temps partiel durant la même période (18 % comparativement à 13 %). Fait intéressant, les travailleurs à temps partiel dans les professions culturelles ont vu leurs gains progresser neuf fois plus que ceux des travailleurs à temps plein dans ces mêmes professions.

Résumé

Dans cet article, on compare les gains dans les professions culturelles durant les deux dernières années de recensement et on donne un aperçu des différences entre les sexes et les sous-catégories professionnelles du secteur de la culture. Les résultats révèlent que le revenu moyen d'emploi dans les professions culturelles était inférieur par rapport aux autres professions. Alors que les gains des travailleurs à temps plein dans les professions culturelles ont moins progressé que la moyenne nationale enregistrée pour l'ensemble des travailleurs à temps plein, la croissance des gains des travailleurs à temps partiel dans les professions culturelles a été supérieure à celle des gains de l'ensemble des travailleurs à temps partiel. Le revenu

10. Blank, R.M. (1990a), « Are part-time jobs bad jobs? », dans *A future of lousy jobs*, éd. Gary Burtless, Brookings Institution, Washington, DC; Blank, R.M. (1998), « Contingent work in a changing labour market », dans *Generating jobs*, éd. Richard Freeman et Peter Gottschalk, Russel Sage Foundation, New York; Segal, L.M., et Sullivan, D.G. (1997a), « The temporary labor force », *Economic Perspectives*, vol. 19, 2, pp. 2-10; Segal, L.M., et Sullivan, D.G. (1997b), « The growth of temporary services work », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 11, 2, pp. 117-136.
11. Hersch, J., et Straton, L.S. (1997), « Housework, fixed effects and wages of married workers », *Journal of Human Resources*, vol. 32, pp. 285-307.
Becker, G.S. (1985), « Human capital, effort and the sexual division of labour », *Journal of Labor Economics*, vol. 3. pp. 33-58.
12. L'emploi à temps partiel comprend le travail à forfait ou à la pige.

moyen d'emploi des femmes était inférieur à celui des hommes dans le secteur culturel, ce qui cadre avec la tendance générale dans l'économie canadienne. Cependant, par rapport à la moyenne nationale, les femmes dans les professions culturelles étaient dans une meilleure situation.

Tableau 3

Les travailleurs à temps partiel du secteur culturel ont affiché la plus forte augmentation des gains en pourcentage

	Revenu moyen d'emploi (en dollars constants de 2000)		Variation en pourcentage (1995-2000)
	1995	2000	
Professions culturelles (temps plein)	39 356	40 060	2
Ensemble des professions (temps plein)	40 910	43 298	6
Professions culturelles (temps partiel)	16 525	19 506	18
Ensemble des professions (temps partiel)	16 827	19 067	13
Professions culturelles (total)	27 692	30 149	9
Ensemble des professions (total)	29 160	32 123	10

Source : Statistique Canada, recensements de la population de 1996 et de 2001.

Tableau 4

Revenu moyen d'emploi dans les principales professions culturelles

Principales professions culturelles	Revenu moyen d'emploi (en dollars constants de 2000)		Variation en pourcentage (1995-2000)
	1995	2000	
Professions liées à la création et à la production artistiques			
C051 Architectes	43 707	52 592	20
C052 Architectes paysagistes	31 274	41 626	33
C152 Designers industriels/designers industrielles	41 066	40 469	-1
F021 Auteurs/auteures, rédacteurs/rédactrices et écrivains/écrivaines	30 437	31 911	5
F022 Réviseurs/réviseures, rédacteurs-réviseurs/rédactrices-réviseures et chefs du service des nouvelles	35 651	36 637	3
F023 Journalistes	34 855	37 473	8
F031 Producteurs/productrices, réalisateurs/réalisatrices, chorégraphes et personnel assimilé	39 964	43 111	8
F032 Chefs d'orchestre, compositeurs/compositrices et arrangeurs/arrangeuses	30 380	27 381	-10
F033 Musiciens/musiciennes et chanteurs/ chanteuses	13 718	16 090	17
F034 Danseurs/danseuses	13 013	14 587	12
F035 Acteurs/actrices et comédiens/comédiennes	18 556	21 597	16
F036 Peintres, sculpteurs/sculpteures et autres artistes des arts visuels	13 761	18 666	36
F121 Photographes	21 679	25 407	17
F132 Autres artistes de spectacle	15 355	18 156	18
F141 Designers graphiques et illustrateurs/illustratrices	27 200	30 186	11
F142 Designers d'intérieur	26 242	29 808	14
F143 Ensembliers/ensemblières de théâtre, dessinateurs/dessinatrices de mode, concepteurs/conceptrices d'expositions et autres concepteurs/ conceptrices artistiques	23 717	27 205	15
F144 Artisans/artisanes	11 553	15 533	34
Gains moyens dans les professions liées à la création et à la production artistiques	24 918	28 786	16
Professions liées à la collection et à la conservation du patrimoine			
F011 Bibliothécaires	32 928	35 564	8
F012 Restaurateurs/restauratrices et conservateurs/conservatrices	35 264	34 041	-3
F013 Archivistes	31 318	30 480	-3
Gains moyens dans les professions liées à la collection et à la conservation du patrimoine	33 026	34 639	5
Gains moyens dans les professions culturelles	25 485	29 142	14

Source : Statistique Canada, recensements de la population de 1996 et de 2001.

Tableau 5

Revenu moyen d'emploi dans les professions des services de soutien de la culture

Professions des services de soutien culturel		Revenu moyen d'emploi (en dollars constants) 1995	2000	Variation en pourcentage (1995-2000)
Gestion de la culture				
A341	Directeurs/directrices de bibliothèque, d'archives, de musée et de galerie d'art	45 929	44 186	-4
A342	Directeurs/directrices – édition, cinéma, radiotélédiffusion et arts de la scène	47 867	51 216	7
B413	Superviseurs/superviseures de commis de bibliothèque, de correspondanciers et d'autres commis à l'information	..	..	..
Gains moyens dans les professions liées à la gestion de la culture		47 296	49 370	4
Professions techniques et opérationnelles				
B551	Commis de bibliothèque	14 709	14 179	-4
B552	Correspondanciers/correspondancières, commis aux publications et personnel assimilé	23 933	26 066	9
C125	Techniciens/techniciennes et spécialistes de l'aménagement paysager et del'horticulture	20 562	22 964	12
C151	Technologues et techniciens/techniciennes en architecture	33 386	34 960	5
C153	Technologues et techniciens/techniciennes en dessin	34 912	36 362	4
F024	Professionnels/professionnelles des relations publiques et des communications	35 291	37 618	7
F025	Traducteurs/traductrices, terminologues et interprètes	29 541	31 500	7
F111	Techniciens/techniciennes et assistants/assistantes dans les bibliothèques et les services d'archives	21 700	23 935	10
F112	Personnel technique des musées et des galeries d'art	16 768	16 535	-1
F122	Cadreurs/cadreuses de films et cadreurs/cadreuses vidéo	34 692	35 698	3
F123	Techniciens/techniciennes en graphisme	243 27	25 411	4
F124	Techniciens/techniciennes en radiotélédiffusion	38 602	39 501	2
F125	Techniciens/techniciennes en enregistrement audio et vidéo	28 935	30 632	6
F126	Autre personnel technique et personnel de coordination du cinéma, de la radiotélédiffusion et des arts de la scène	29 540	33 888	15
F127	Personnel de soutien du cinéma, de la radiotélédiffusion et des arts de la scène	27 619	25 953	-6
F131	Annonceurs/annonceuses et autres communicateurs/communicatrices de la radio et de la télévision	26 994	30 505	13
F145	Patronniers/patronnières de produits textiles, d'articles en cuir et en fourrure	23 856	25 789	8
Gains moyens dans les professions techniques et professionnelles		28 479	30 047	6
Professions de la fabrication				
B523	Opérateurs/opératrices d'équipement d'éditique et personnel assimilé	25 639	26 043	2
H018	Surveillants/surveillantes de l'imprimerie et du personnel assimilé	41 996	42 218	1
H521	Opérateurs/opératrices de presse à imprimer	34 685	36 654	6
J181	Opérateurs/opératrices de machines à imprimer	25 934	27 336	5
J182	Photograveurs-clicheurs/photograveuses-clicheuses, photograveursreporteurs/ photograveuses-reporteuses et autre personnel de pré-mise en train	34 403	31 533	-8
J183	Opérateurs/opératrices de machines à relier et de finition	20 672	23 129	12
J184	Développeurs/développeuses de films et de photographies	18 664	17 769	-5
Gains moyens dans les professions liées à la fabrication		29 041	29 970	3
Gains moyens dans les professions des services de soutien de la culture		29 627	31 139	5

Source : Statistique Canada, recensements de la population de 1996 et de 2001.

Vik Singh est un analyste affecté au Programme de la statistique culturelle.

□

Participation des femmes à l'effectif du secteur culturel

par Vik Singh

Au cours des dernières décennies, la participation des femmes à la main-d'œuvre canadienne a connu une croissance spectaculaire. En 1976, les femmes ne représentaient que 37 % de la main-d'œuvre canadienne; en 2004, près de la moitié (47 %) de la main-d'œuvre était féminine. Durant cette période, le nombre de femmes employées avait plus que doublé, comparativement à une hausse plus modeste de 37 % pour les hommes[1].

De nombreux facteurs expliquent cette augmentation, dont l'expansion du secteur public, les pressions inflationnistes qui ont exigé des revenus familiaux plus élevés et l'évolution du rôle des femmes quant à l'emploi, au mariage et à la condition parentale[2]. D'autres facteurs, tels que l'amélioration des congés parentaux et le nombre plus élevé de femmes dans de nombreux programmes universitaires, ont également contribué à l'augmentation substantielle de la participation des femmes à la main-d'œuvre canadienne.

Le présent article examine la dynamique masculine et féminine dans l'emploi[3] dans le secteur culturel canadien. Il explore diverses questions, telles que l'évolution de l'emploi féminin et les caractéristiques de la participation des femmes à la main-d'œuvre par divers sous-secteurs et activités culturels. Les données de l'article proviennent de l'*Enquête sur la population active* (EPA) de Statistique Canada de 1996 à 2002. Il importe de noter que l'EPA estime uniquement « l'emploi principal », c.-à-d. que les personnes interrogées peuvent avoir plus d'un emploi, mais que seul leur emploi « principal » est relevé. De plus, l'EPA ne comprend pas de données sur le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest ou le Nunavut.

Les femmes représentent une proportion plus élevée de l'effectif culturel par rapport à l'ensemble de l'économie

Les résultats indiquent que, à l'instar de l'ensemble de la population active, la majorité des travailleurs du secteur culturel étaient des hommes. Ceux-ci représentaient 51 % de l'effectif culturel en 2002. Toutefois, les femmes constituaient un pourcentage plus élevé dans le secteur culturel (49 %) que dans l'ensemble de la population active canadienne (47 %).

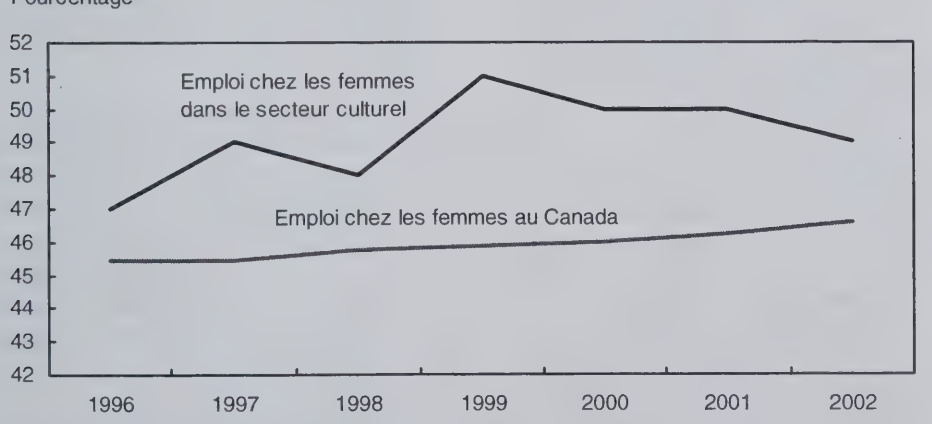
Le tableau 1 indique que la proportion des femmes dans le secteur culturel est passée de 47 % en 1996 à 49 % en 2002. Alors que les femmes formaient la majorité de l'effectif culturel en 1999, leur part a glissé légèrement au cours des années qui ont suivi.

Les travailleuses dominent dans les sous-secteurs du *patrimoine*, des *arts d'interprétation* et de la *publicité*

Les sous-secteurs du *patrimoine*, des *arts d'interprétation* et de la *publicité* sont les seuls sous-secteurs culturels où les femmes ont constitué souvent la majorité de la main-d'œuvre. Le sous-secteur du *patrimoine*, qui comprend les musées, les établissements du patrimoine et les lieux d'intérêt patrimonial, les zoos et les parcs, a devancé les autres sous-secteurs culturels sur le plan de l'emploi féminin, avec 61 % de travailleuses en 2002. Une grande partie des emplois de ce sous-secteur sont à temps partiel et les femmes sont plus portées à travailler à temps partiel que les hommes. Entre 1996 et 2001, environ 39 % des emplois de ce sous-secteur étaient à temps partiel[4].

En 2002, les femmes représentaient 59 % de la main-d'œuvre du sous-secteur des *arts d'interprétation*. Ce

Figure 1
Comparativement à la moyenne nationale, une proportion plus élevée de travailleurs du secteur culturel sont des femmes



Source : *Enquête sur la population active, Statistique Canada.*

1. Source : CANSIM, tableau 282-0002.
2. Nelson, E. et Robinson, B. (1999), *Gender in Canada*, Université de Waterloo.
3. Le terme *emploi* désigne les personnes âgées de 15 ans et plus qui exerçaient un travail avec rémunération ou profit au cours de la semaine de référence de l'enquête.
4. Singh, V. (2004), « Contribution économique de la culture au Canada », *Série des documents de recherche*, nº 81-595-MIE2004023 au catalogue, Statistique Canada, disponible à : http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=81-595-M2004023.

Tableau 1
Femmes en pourcentage de l'effectif culturel

Sous-secteurs culturel	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Moyen (1996-2002)	Variation (1996-2002)
					%				
Patrimoine	61	55	56	63	52	62	61	59	0
Arts d'interprétation	48	47	54	47	55	55	59	52	11
Publicité	58	62	55	61	68	60	58	60	0
Design	45	45	46	50	49	49	50	48	5
Médias écrits	44	47	45	47	46	47	49	46	5
Enregistrement sonore et édition musicale	43	46	42	61	56	45	46	48	3
Arts visuels	48	54	52	46	44	46	42	47	-6
Cinéma	44	50	47	54	53	46	41	48	-3
Radiodiffusion	38	39	38	39	37	39	37	38	-1
Photographie	33	25	41	36	31	40	34	34	1
Architecture	13	17	20	24	22	21	19	19	6
Activités de soutien	61	65	59	66	66	74	68	66	7
Secteur culturel	47	49	48	51	50	50	49	49	2
Canada	45	45	46	46	46	46	47	46	2

0 zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
1. Les sous-secteurs culturels sont estimés et définis selon le *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*. Voir Statistique Canada (2004) pour plus de renseignements.
2. Les *activités de soutien* ne sont pas réparties par sous-secteur et figurent dans une catégorie distincte. Elles ne sont pas considérées comme un sous-secteur.
Source : Statistique Canada.

sous-secteur affichait l'un des taux d'activité le plus élevé pour les femmes au cours de la période et l'une des plus fortes croissances des travailleuses. De 1996 à 2002, la proportion des femmes dans ce sous-secteur est passée de 48 % à 59 %.

Le sous-secteur de la *publicité*, qui comprend notamment les agences de publicité et d'achat de médias ainsi que les distributeurs spécialisés, vient au troisième rang, avec un effectif féminin de 58 % en 2002. Ce résultat est surprenant, puisque la majorité des emplois de ce sous-secteur sont à temps plein. On estime que 78 % des emplois en *publicité* étaient à temps plein, en moyenne, de 1996 à 2001[5].

Même si les femmes étaient légèrement moins nombreuses que les hommes dans l'ensemble du secteur culturel, leur participation a progressé dans la plupart des sous-secteurs culturels de 1996 à 2002 (tableau 1). Sauf dans les *arts visuels*, l'*industrie cinématographique* et la *radiodiffusion*, la participation des femmes dans les autres sous-secteurs culturels a augmenté ou est restée stable. Le recul le plus marqué de la participation des femmes s'est produit dans les *arts visuels*, où le pourcentage de travailleuses est passé de 48 % en 1996 à 42 % en 2002.

Domination des femmes dans les activités de soutien

La section qui suit examine la participation des femmes aux activités culturelles[6], telles que la création, la production, la fabrication, le soutien et la distribution. Le tableau 2 indique la répartition selon le sexe de la main-d'œuvre par activité dans le secteur culturel.

Les femmes constituaient la majorité de la main-d'œuvre dans les établissements exerçant des activités de soutien (68 %) et de production (52 %), et arrivaient à égalité dans le cas des activités de distribution en 2002. Les hommes étaient majoritaires dans les domaines de la fabrication (62 %) et de la création (60 %).

Les établissements qui s'occupent d'activités de soutien ont enregistré la plus forte croissance de la participation des femmes – la part des travailleuses est passée de 61 % en 1996 à 68 % en 2002. Ces établissements comprennent les organismes d'action sociale, les agents et représentants d'artistes et de professionnels de la scène ainsi que les associations de gens d'affaires, les organisations professionnelles et syndicales, et autres associations.

À l'exception des activités de distribution, toutes les activités ont enregistré une augmentation de la participation des femmes de 1996 à 2002. Dans le cas de la distribution, qui comprend les activités de commerce de détail et de gros, le pourcentage des travailleuses est passé de 54 % en 1996 à 50 % en 2002.

Ces résultats renforcent la constatation générale observée pour l'ensemble de l'économie canadienne, c.-à-d. que les tendances de l'emploi par sexe dans le secteur culturel ressemblent fortement à celles de l'ensemble de l'économie. Par

5. Ibid.
6. Les activités culturelles sont définies dans le *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*. Pour plus de renseignements, voir la publication de Statistique Canada (2004) intitulée « Cadre canadien pour les statistiques culturelles », *série des documents de recherche*, nº 81-595-MIF2004021 au catalogue, Programme de la statistique culturelle, Statistique Canada, disponible à : http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=81-595-M2004021.

exemple, le secteur de la fabrication emploie traditionnellement plus d'hommes, tandis que les travailleuses ont été plus fortement représentées dans les activités de soutien[7].

7. Curto, J. et Rothwell, N. (2003), « L'équilibre de l'emploi entre les hommes et les femmes des régions rurales et petites villes du Canada », *Bulletin d'analyse, régions rurales et petites villes du Canada*, nº 21-006-XIF au catalogue, disponible à : http://www.statcan.ca:8096/bsolc/francais/bsolc?catno=21-006-X2002003.

Tableau 2

Femmes en pourcentage de l'effectif culturel, par activité

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Moyen (1996-2002)	Variation (1996-2002)
					%				
Activités de soutien	61	65	59	66	66	74	68	66	7
Production	50	51	49	53	51	51	52	51	2
Distribution	54	51	54	64	57	55	50	55	-4
Création	39	41	42	44	41	42	40	41	1
Fabrication	36	41	39	39	36	39	38	38	2

Source : Statistique Canada.

Vik Singh est analyste au Programme de la statistique culturelle.

□

Les personnes qui travaillent dans les bibliothèques scolaires au Canada

par David Coish

L'état de santé des bibliothèques scolaires devrait présenter un vif intérêt non seulement pour les enseignants, les bibliothécaires et les membres des conseils scolaires, mais aussi pour les élèves et leurs parents. Les recherches montrent que le financement des bibliothèques scolaires et la présence de bibliothécaires compétents ont des incidences positives sur les résultats des élèves. Des études ont également permis de constater que des collections plus vastes, un meilleur financement des bibliothèques scolaires et un plus grand accès à des bibliothécaires compétents sont en corrélation avec des résultats scolaires supérieurs.[1]

On trouve dans la présente étude des renseignements à l'échelon provincial sur la présence d'enseignants-bibliothécaires, de bibliotechniciens et d'autres employés de bibliothèque dans les écoles canadiennes.[2] L'**enseignant-bibliothécaire** possède les compétences d'un enseignant professionnel ainsi que des compétences additionnelles en bibliothéconomie scolaire. Il s'emploie à intégrer la technologie de l'information aux programmes d'études et collabore avec le corps enseignant à l'élaboration des activités d'enseignement et de recherche. Le **bibliotechnicien** est titulaire d'un certificat ou d'un diplôme en techniques de bibliothèque. Il a généralement une formation en catalogage et en classification de documents, en recherche documentaire (sur support papier et électronique), en gestion des acquisitions, en recherche dans les bases de données ainsi qu'en conception et mise à jour de pages Web. Les **autres employés de bibliothèque** peuvent comprendre des bibliothécaires professionnels, des enseignants non bibliothécaires, des employés de bureau et des bénévoles. Les données présentées ici proviennent de l'Enquête sur les technologies de l'information et des communications dans les écoles de 2003-2004 (ETICE). Elles font office de points de repère sur les effectifs des bibliothèques en 2003-2004, ce qui facilitera l'analyse des tendances dans les années à venir.

L'enseignant-bibliothécaire

Outre qu'il est un éducateur, l'enseignant-bibliothécaire gère la bibliothèque d'une école. À ce double titre, il enseigne la lecture et la recherche et tient à jour la collection de la bibliothèque scolaire. D'après l'organisme ontarien *People for Education*, l'enseignant-bibliothécaire travaille avec les titulaires de classe à coordonner les ressources de la bibliothèque et les exigences des programmes d'études. De plus, il enrichit la collection de la bibliothèque et enseigne les stratégies de recherche ainsi que la lecture et l'écriture.[3]

Pendant l'année scolaire 2003-2004, 38,0 % des écoles canadiennes pouvaient compter sur les services d'enseignants-bibliothécaires. En fait, des enseignants-bibliothécaires travaillaient à temps plein dans 13,3 % des écoles, tandis qu'ils travaillaient à temps partiel dans 24,7 % des écoles. Dans l'ensemble, l'Île-du-Prince-Édouard affichait le plus fort pourcentage d'écoles où l'on trouvait des enseignants-bibliothécaires (75,4 %). Ceux-ci travaillaient à temps plein dans 34,8 % des écoles et à temps partiel dans 40,6 % des écoles.

En Colombie-Britannique, un important pourcentage d'écoles (74,8 %) faisaient également appel à des enseignants-bibliothécaires. En

1. Ken Haycock, *The crisis in Canada's school libraries: the case for reform and re-investment*, Association of Canadian Publishers, juin 2003.
2. Pour une étude du financement des bibliothèques scolaires et d'autres mesures, voir *Bibliothèques scolaires et enseignants-bibliothécaires au Canada : résultats de l'Enquête sur les technologies de l'information et des communications dans les écoles de 2003-2004*, n° 81-595-MIF2005028 au catalogue, Programme de la statistique culturelle, Statistique Canada, disponible à l'adresse http://dissemination.statcan.ca:8083/francais/ research/81-595-MIF/81-595-MIF2005028.pdf.
3. Valerie MacDonald, *School Libraries an Endangered Service*, People for Education, www.peopleforeducation.com.

Tableau 1

Pourcentage d'écoles ayant des bibliotechniciens et des enseignants-bibliothécaires

	Bibliotechnicien		Enseignant-bibliothécaire	
	Plein temps	Temps partiel	Plein temps	Temps partiel
Terre-Neuve-et-Labrador	F	F	12,7	37,0
Île-du-Prince-Édouard	F	F	34,8	40,6
Nouvelle-Écosse	28,3	24,4	5,4	2,3
Nouveau-Brunswick	11,6	29,9	4,5	7,2
Québec	17,2	5,1	2,0	1,4
Ontario	17,1	16,3	21,8	33,1
Manitoba	29,2	21,9	10,2	13,6
Saskatchewan	29,1	30,4	9,4	33,8
Alberta	33,7	22,4	3,6	9,1
Colombie-Britannique	5,6	9,5	19,7	55,1
Canada	**18,7**	**15,3**	**13,3**	**24,7**

Plein temps = 1 ou plus
Temps partiel = entre 0 et 1
F coefficient de variation de plus de 33 %; données trop peu fiables pour être publiées
Source : Enquête sur les technologies de l'information et des communications dans les écoles, 2003-2004.

effet, 19,7 % des écoles de cette province affectaient des enseignants-bibliothécaires à temps plein à leur bibliothèque, par rapport à 55,1 % à temps partiel. L'Ontario comptait également un plus grand nombre d'enseignants-bibliothécaires que la moyenne nationale (54,9 %) : 21,8 % d'entre eux travaillaient à temps plein et 19,7 %, à temps partiel. C'est au Québec que l'on trouvait le plus faible pourcentage d'écoles embauchant des enseignants-bibliothécaires. Seulement 2,0 % des écoles de la province pouvaient compter sur les services d'enseignants-bibliothécaires à temps plein et 1,4 %, sur les services de ces mêmes professionnels à temps partiel.

L'Île-du-Prince-Édouard et la Colombie-Britannique affichait le plus d'enseignants-bibliothécaires pour 1 000 élèves. L'Île-du-Prince-Édouard comptait 1,60 enseignant-bibliothécaire pour 1 000 élèves, tandis que la Colombie-Britannique en comptait 1,53. L'Ontario enregistrait moins d'un enseignant-bibliothécaire pour 1 000 élèves (0,90). L'Alberta et la Nouvelle-Écosse fermaient la marche avec des ratios respectifs de 0,19 et 0,14.

Le bibliotechnicien

Certaines écoles comptes sur un bibliotechnicien pour gérer leur bibliothèque. Tout comme l'enseignant-bibliothécaire, le bibliotechnicien travaille en collaboration avec les titulaires de classe pour coordonner les ressources de la bibliothèque et les exigences des programmes d'études. De plus, il fournit souvent de l'aide concernant l'utilisation des ordinateurs et d'Internet à des fins de recherche et d'apprentissage.

Pendant l'année scolaire 2003-2004, des bibliotechniciens travaillaient dans 33,9 % des écoles canadiennes. La Saskatchewan affichait le plus fort pourcentage d'écoles ayant affecté des bibliotechniciens à leur bibliothèque (59,5 %), suivie de l'Alberta (56,0 %) et de la Nouvelle-Écosse (52,7 %). Même si le pourcentage d'écoles comptant des enseignants-bibliothécaires était élevé en Colombie-Britannique, c'est dans cette province qu'on observait le plus faible pourcentage d'écoles (15,1 %) où travaillaient des bibliotechniciens.

De toutes les provinces, c'est l'Alberta qui affichait le pourcentage le plus élevé d'écoles où travaillaient à temps plein des bibliotechniciens (33,7 %). Venaient ensuite le Manitoba (29,2 %) et la Saskatchewan (29,1 %). La Colombie-Britannique et la Nouvelle-Écosse affichaient pour leur part les plus faibles pourcentages, soit 5,6 % et 11,6 % respectivement, tandis que la moyenne canadienne se situait à 18,7 %.

C'est en Saskatchewan qu'on pouvait observer le plus fort pourcentage d'écoles ayant affecté des bibliotechniciens à temps partiel à leur école (30,4 %). Cette province était suivie du Nouveau-Brunswick (29,9 %) et de la Nouvelle-Écosse (24,4 %). À noter que la moyenne canadienne à cet égard s'établissait à 15,3 %. C'est également la Saskatchewan qui enregistrait le plus grand nombre de bibliotechniciens pour 1 000 élèves (1,89), tandis que la Colombie-Britannique affichait le plus petit nombre (0,27).

Les autres employés de bibliothèque

De toutes les provinces, le Québec était celle où on affectait en moyenne à la bibliothèque scolaire le moins d'enseignants-bibliothécaires, mais le plus d'enseignants non bibliothécaires (0,12) et de bibliothécaires professionnels (0,07). Au Québec, ce sont les bibliothécaires professionnels, et non les enseignants-bibliothécaires, qui forment le groupe professionnel responsable des bibliothèques scolaires.

Les employés de bureau représentaient près du cinquième (19,1 %) des employés équivalents temps plein (ETP) affectés à la bibliothèque. Le nombre moyen d'employés de bureau par école variait entre 0,26 au Manitoba et 0,03 à Terre-Neuve-et-Labrador. Il semble que bien des écoles aient compté sur du personnel sans formation en bibliothéconomie scolaire pour garder leur bibliothèque ouverte. Les autres employés (ce qui exclut les bénévoles) représentaient en moyenne 0,05 ETP par école au Canada.

Tableau 2

Nombre de bibliotechniciens et d'enseignants-bibliothécaires pour 1 000 élèves, 2003-2004

	Bibliotechnicien	Enseignant-bibliothécaire
NTerre-Neuve-et-Labrador	F	0,87
Île-du-Prince-Édouard	F	1,60
Nouvelle-Écosse	1,17	0,14
Nouveau-Brunswick	0,75	0,72**
Québec	0,48	0,22
Ontario	0,55	0,93
Manitoba	1,46	1,36 *
Saskatchewan	1,89	1,18
Alberta	1,42	0,19
Colombie-Britannique	0,27	1,53
Yukon	F	1,45
Territoires du Nord-Ouest	1,17	F
Nunavut	F	F
Canada	0,69	0,79

* coefficient de variation de 16,6 % à 25 %; données moins fiables
** coefficient de variation de plus de 25 % et d'au plus 33 %; données moins fiables
F coefficient de variation de plus de 33 %; données trop peu fiables pour être publiées
Source : Enquête sur les technologies de l'information et des communications dans les écoles, 2003-2004.

Même si la question de l'ETICE portant sur la dotation ne faisait pas mention des bénévoles de bibliothèque scolaire, un nombre appréciable de répondants ont dit que des bénévoles, seuls ou avec des employés, faisaient fonctionner la bibliothèque de l'école. De plus, d'après des données d'enquête recueillie par *People for Education* sur les écoles ontariennes, 48 % de ces dernières ont précisé que leur bibliothèque était confiée à des bénévoles en 2001-2002, comparativement à 41 % en 1998-1999.[4] Bien qu'on ait pu éviter la fermeture permanente de certaines bibliothèques ou la réduction de leurs heures d'activité grâce au recours à des bénévoles, ceux-ci ne peuvent pas remplir les mêmes fonctions que les enseignants-bibliothécaires, les bibliotechniciens ou les bibliothécaires professionnels.

Selon des données récentes, bon nombre de postes de bibliothécaire à temps plein dans les écoles canadiennes ont été réduits à des postes à temps partiel ou carrément éliminés.[5] Des données provinciales sur les bibliothèques scolaires, comme celles du système de suivi mis au point par *People for Education*, révèlent que le nombre d'écoles primaires ontariennes comptant un enseignant-bibliothécaire à temps plein a diminué de 60 % depuis 1998-1999.[6] En outre, la réduction des effectifs professionnels des bibliothèques aurait des répercussions telles que le vieillissement et l'appauvrissement des collections des bibliothèques scolaires et un accès réduit aux bibliothèques existantes.[7]

Les conséquences de la réduction du nombre d'employés compétents dans les bibliothèques scolaires font l'objet d'importants débats parmi les éducateurs, les bibliothécaires et les parents d'élèves fréquentant les écoles canadiennes. En fait, les auteurs du Manifeste de la bibliothèque scolaire de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), dont la campagne a été menée au Canada, s'expriment ainsi : « La bibliothèque scolaire fournit l'information et les idées indispensables à quiconque veut réussir sa vie dans la société d'aujourd'hui qui repose sur l'information et le savoir. La bibliothèque scolaire, en permettant aux élèves d'acquérir les outils qui leur permettront d'apprendre tout au long de leur vie et en développant leur imagination, leur donne les moyens de devenir des citoyens responsables. »[8]

4 *Fifth Annual Report on Ontario Elementary Schools*, People for Education, www.peopleforeducation.com/tracking/summrpts, 2002.

5 Ken Haycock, *The crisis in Canada's school libraries: the case for reform and re-investment*, Association of Canadian Publishers, juin 2003.

6 Ibid.

7 Conseil des arts du Canada, *Étude sur l'enseignement de la littérature canadienne-anglaise dans les écoles secondaires*, Impact, no 2, p.20, 2002.

8 UNESCO/IFLA, *Manifeste de la bibliothèque scolaire : La bibliothèque scolaire dans le contexte de l'enseignement et de l'apprentissage pour tous*, février 2000, http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/school_manifesto_fr.html.

Tableau 3

Personnel de bibliothèque, selon le poste et selon la province ou le territoire

	Enseignant-bibliothécaire	Enseignant non bibliothécaire	Bibliothécaire professionnel	Bibliotechnicien	Employé de bureau	Autre	Total
Terre-Neuve-et-Labrador	80	25*	F	F	9**	9**	136
Île-du-Prince-Édouard	39	F	F	F	F	F	50
Nouvelle-Écosse	29	F	19	179	24	F	266
Nouveau-Brunswick	28	12*	17	87	39	35	218
Québec	72*	281*	166	484	371	168*	1 542
Ontario	1 908	167**	108*	1 166	534	154	4 037
Manitoba	121	20**	27**	292	188	44**	692
Saskatchewan	180	F	F	320	133	52*	714
Alberta	107	88	61	759	365	159	1 539
Colombie-Britannique	848	52*	F	169	381	73**	1 544
Yukon	10	F	F	F	F	F	19
Territoires du Nord-Ouest	F	F	F	10*	F	F	21
Nunavut	F	F	F	F	F	F	7
Canada	3 424	679	433	3 476	2 060	712	10 784

* coefficient de variation de 16,6 % à 25 %; données moins fiables
** coefficient de variation de plus de 25 % et d'au plus 33 %; données moins fiables
F coefficient de variation de plus de 33 %; données trop peu fiables pour être publiées
Source : Enquête sur les technologies de l'information et des communications dans les écoles, 2003-2004.

David Coish est analyste au Programme de la statistique culturelle.

□

Données provinciales et territoriales

En général, lors de l'analyse des données, nous n'observons que le portrait national et ce, sans porter une attention particulière aux tendances de certaines provinces ou de certains territoires. Afin de mettre plus de données régionals à la disposition de nos utilisateurs, nous prévoyons intégrer des données provinciales et territoriales à chaque édition de *La culture en perspective*. Pour la présente édition, nous avons choisi d'inclure les plus récentes données diffusées reliées de l'Enquête sur l'écoute de la radio.

Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire de la radio, par province et par groupes d'âge/sexe: Automne 2004

						Québec							
	Canada	T.-N.-L.	Î.-P.-É.	N.-É.	N.-B.	Anglais	Français	Total	Ont.	Man.	Sask.	Alta.	C.-B
Population totale	**19,5**	**20,0**	**21,2**	**19,2**	**18,7**	**20,1**	**20,1**	**20,0**	**19,7**	**19,5**	**20,3**	**20,2**	**17,8**
Hommes:													
18 +	20,8	20,6	21,4	20,2	19,4	19,6	21,3	21,0	21,0	21,1	23,1	22,1	18,5
18 - 24	15,5	12,9	19,0	13,5	13,4	12,7	14,9	14,6	15,7	17,4	19,4	18,3	13,3
25 - 34	20,7	21,4	14,1	20,7	20,5	18,0	22,7	21,9	19,6	22,7	26,2	23,4	17,4
35 - 49	22,2	20,5	22,1	20,9	21,5	20,9	22,9	22,5	22,5	21,1	24,8	23,3	20,0
50 - 64	21,7	21,7	26,2	20,6	20,2	20,8	21,9	21,5	22,5	20,8	21,9	22,4	20,1
65 +	20,8	23,6	22,3	22,5	17,1	22,3	20,4	20,8	21,4	22,8	20,7	20,5	18,5
Femmes:													
18 +	20,5	21,7	24,1	20,2	19,9	22,4	21,3	21,3	20,7	20,4	20,5	20,4	18,8
18 - 24	15,9	17,1	16,1	12,4	14,4	15,4	14,7	14,7	16,0	14,7	16,3	19,0	16,0
25 - 34	17,9	19,1	33,9	18,5	18,1	17,7	18,8	18,5	17,7	18,4	17,4	18,3	16,4
35 - 49	20,8	20,6	22,3	20,7	20,8	23,1	22,8	22,6	21,0	19,1	20,5	20,2	18,1
50 - 64	22,1	24,6	20,1	22,9	20,9	23,6	22,9	22,8	22,2	22,4	22,4	22,5	19,8
65 +	23,6	24,6	29,7	21,7	21,5	27,0	22,7	23,3	24,4	25,2	23,3	22,0	22,7
Adolescents:													
12-17	8,5	8,1	6,9	8,6	8,8	9,6	7,6	7,8	8,5	8,2	8,1	10,1	8,8

Nota: Pour le Québec, la classification selon la langue est basée sur la langue parlée à la maison. Le total inclu les répondants qui n'ont pas répondu à cette question ou qui ont indiqué une langue autre que l'anglais ou le français.
Source : Statistique Canada : L'Enquête sur l'écoute de la radio, automne 2004.

Répartition en pourcentage des heures d'écoute de la radio par province, selon la formule - Automne 2004

	Canada	T.-N.-L.	Î.-P.-É.	N.-É.	NB	Qc	Ont.	Man.	Sask.	Alta.	C.-B
Musique contemporaine pour adultes	24,6	14,8	5,8	26,0	33,4	31,0	26,1	17,1	22,5	10,7	20,8
Rock (Album intégral)	5,6	13,2	0,1	9,7	0,1	2,0	5,4	5,6	5,1	14,0	6,0
Société Radio-Canada	11,1	10,6	25,1	17,1	15,4	11,3	9,3	10,4	10,4	7,8	17,1
Musique contemporaine	8,5	8,0	25,1	7,6	4,0	19,8	3,6	6,9	0,1	7,8	5,1
Country	10,0	13,6	33,4	22,7	14,1	0,6	8,5	16,5	36,3	24,2	7,5
Danse	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Musique de détente	2,3	0,0	0,4	0,0	0,0	2,9	3,6	1,6	0,0	1,1	0,0
Succès souvenirs / Rock	15,3	6,6	8,9	12,0	12,4	13,0	17,4	17,3	14,4	14,0	16,5
Musique légère	3,1	0,0	0,0	1,6	0,0	0,9	5,2	2,7	1,2	2,1	3,2
Autres	4,6	7,8	1,1	3,1	16,4	4,2	3,4	6,6	2,6	7,4	4,4
Sports	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	1,2	0,0	0,0	1,4	1,3
A prédominance verbale	10,6	25,4	0,0	0,0	0,1	12,1	9,9	14,8	6,8	9,2	13,4
Stations américaines	3,1	0,0	0,0	0,2	4,1	1,8	4,9	0,6	0,5	0,3	4,8
Écoute totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Note: For Quebec the language classification is based on the language spoken at home. The total column includes those respondents who did not reply to the question or who indicated a language other than english or french.
Source: Statistics Canada, Radio Listening Survey, Fall 2004.

SAVIEZ-VOUS QUE? Nouvelles données de l'Enquête sur l'édition du périodique, 2003

De 1993 à 2003, le secteur de l'édition de périodiques a progressé constamment pour ce qui est du nombre de magazines, des revenus et du tirage. Les revenus ont atteint près de 1,6 milliard de dollars en 2003, en hausse de 22,5 % par rapport à 1998 et de 56,5 % par rapport à 1993. Au cours de cette période de 10 ans, la marge bénéficiaire du secteur est passée de 5,0 % à 9,7 % des revenus.

L' édition du périodique - Recettes, dépenses et tirage de 1993 à 2003

	1993		1998		2003	
	millions de dollars	%	millions de dollars	%	millions de dollars	%
Recettes						
Publicité	609,8	61,4	809,4	63,8	993,5	64,0
Ventes à l'unité	74,8	7,5	92,3	7,3	117,7	7,6
Ventes par abonnement	245,1	24,7	287,0	22,6	291,3	18,8
Autres recettes	62,8	6,3	79,7	6,3	150,5	9,7
Recettes totales	**992,5**	100,0	**1 268,4**	100,0	**1 553,2**	100,0
Dépenses						
Traitements, salaires et honoraires	225,0	22,7	298,9	23,6	411,8	26,5
Autres dépenses	717,9	72,3	840,7	66,3	990,2	63,8
Dépenses totales	**942,9**	**95,0**	**1 139,6**	**89,8**	**1 401,9**	**90,3**
Profit avant impôts	49,6	**5,0**	128,9	**10,2**	151,3	**9,7**
Nombre total de périodiques	**1 331**	**2 027**	**2 383**			
Tirage						
Tirage annuel total ('000)	496 000		602 860		777 954	
Tirage par périodique ('000)	373		297		326	
Tirage par numéro	..		26 589		27 176	

.. indisponible pour une période de référence précise

Périodiques canadiens par catégorie 2003

	Publicité	Recettes totales	Publicité comme recettes totales pourcentage des
	millions de dollars		%
Périodiques destinés au grand public	332,8	591,8	56,2
Périodiques spécialisés destinés au grand public	253,0	397,9	63,5
Périodiques d'affaires ou professionnels	329,3	391,4	84,1
Périodiques agricoles	41,3	53,3	77,6
Périodiques religieux	5,1	34,4	14,9
Périodiques savants	32,0	84,4	37,9
Total	**993,6**	**1 553,2**	**64,0**

Renseignements sur les finances et sur le tirage, par langue

	Anglais	Français	Autres langues	Total
			millions de dollars	
Recettes				
Publicité	732,4	183,7	77,6	993,6
Ventes à l'unité	57,7	56,6	3,4	117,7
Ventes par abonnement	209,2	54,4	27,7	291,3
Autres recettes	96,3	24,1	30,1	150,5
Recettes totales	**1 095,6**	**318,9**	**138,7**	**1 553,2**
Dépenses				
Traitements, salaires et honoraires	288,1	82,0	41,6	411,7
Autres dépenses	713,5	187,7	89,0	990,2
Dépenses totales	1 001,7	269,7	130,6	1 401,9
Bénéfices (% des recettes totales)	8,6	15,4	8,2	9,7
Nombre total **de périodiques**	**1 447**	**452**	**484**	**2 383**
Tirage				
Tirage annuel total ('000)	482 726	158 788	136 440	777 954
Tirage par périodique ('000)	334	351	751	326
Tirage par numéro	28 686	24 593	48 520	27 178

Sommes-nous à la hauteur...

Nous espérons que *La culture en perspective* est instructive et utile pour vous. Votre point de vue à l'égard des données et des analyses comprises dans le présent numéro ou les numéros précédents nous importe beaucoup. Nous souhaitons répondre à vos besoins en données statistiques and nous nous fions à vos commentaires pour planifier de nouvelles analyses en vue des numéros à venir. Par conséquent, nous nous saurions gré de nous faire savoir si nous sommes à la hauteur.

Prière d'envoyer vos commentaires à l'adresse suivante:

Alice Peters, rédactrice en chef
La culture en perspective
Programme de la statistique culturelle
Statistique Canada
Ottawa, ON
K1A 0T6

- **Téléphone :** (613) 951-4086
- **Télécopieur :** (613) 951-1333
- **Courrier électronique :** alice.peters@statcan.ca

Renseignez-vous...

Pour plus de renseignements sur les totalisations spéciales ou le contenu de certaines enquêtes, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, veuillez communiquez avec le Service à la clientèle, Culture, tourisme et centre de la statistique de l'éducation :

- **Téléphone :** sans frais au Canada et aux États-Unis, au 1 800 307-3382 ou (613) 951-7608
- **Télécopieur :** (613) 951-9040
- **Courriel :** cult.tourstats@statcan.ca

D'autres publications du programme de la statistique culturelle...

87-008-GIF *Guide de la statistique de la culture*, disponible sans frais à: http://dissemination.statcan.ca/francais/IPS/Data/87-008-GIF.htm

Pour commander des publications :

- **Téléphone :** sans frais, composeez le 1 800 267-6677
- **Télécopieur :** 1 877 287-4369
- **Courriel :** order@statcan.ca
- **TDD :** 1 800 363-7629

Vous déménagez?

N'oubliez pas de nous le faire savoir. Veuillez faire parvenir les renseignements nécessaires (nom de l'abonné, ancienne adresse, nouvelle adresse, numéro de téléphone et numéro de référence du client) à:

Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
Statistique Canada
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Note de reconnaissance
Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" —"Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.
∞

La culture en perspective

Rédactrice en chef :
Alice Peters
Téléphone : (613) 951-4086
Courriel : alice.peters@statcan.ca

Composition et production :
Division de la diffusion, Statistique Canada

Imprimerie : Centre d'impression, Statistique Canada

Renseignements sur les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit nº 87-004-XPB au catalogue est publié trimestriellement en version imprimée standard et est offert au prix de 10 $ CAN l'exemplaire et de 29 $ CAN pour un abonnement annuel. ISSN 0843-7548

Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 $ CAN	24 $ CAN
Autres pays	10 $ CAN	40 $ CAN

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le nº 87-004-XIF au catalogue, et est offert au prix de 8 $ CAN l'exemplaire et de 22 $ CAN pour un abonnement annuel.

Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à **www.statcan.ca** et en choisissant la rubrique Produits et services.
ISSN 1492-7632

Août 2005

Droit d'auteur
Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 2005. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, (Ontario), Canada K1A 0T6.

Normes de service à la clientèle
Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

OTHER PUBLICATIONS FROM THE CULTURE STATISTICS PROGRAM...

87-008-GIE *Guide to culture statistics*, available free at:
http://dissemination.statcan.ca/english/IPS/Data/87-008-GIE.htm

To order publications, in Canada and United States please:

Telephone:	Call the national order line toll-free: 1-800-267-6677
Fax:	(613) 951-9040
Internet:	order@statcan.ca
National TDD Line:	1-800-363-7629

IF YOU'RE ON THE MOVE...

Make sure we know where to find you. Please forward the necessary information (subscriber name, old address, new address, telephone number and client reference number) to:

Operations and Integration Division
Circulation Management
Statistics Canada
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Note of appreciation
Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.
∞

Focus on Culture

Editor-in-Chief:
Alice Peters
Telephone: (613) 951-4086
E-mail: alice.peters@statcan.ca

Composition and production:
Dissemination Division, Statistics Canada

Printing: Statistics Canada Printing Centre

Subscription Information

All prices exclude sales tax

Focus on Culture (Catalogue no. 87-004-XPB) is published quarterly as a standard printed publication at a price of CDN $10.00 per issue and CDN $29.00 for a one-year subscription. ISSN 0843-7548

The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN $6.00	CDN $24.00
Other countries	CDN $10.00	CDN $40.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 87-004-XIE at a price of CDN $8.00 per issue and CDN $22.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at **www.statcan.ca**, and select Products and Services.
ISSN 1481-1030

August 2005

Copyright
Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 2005. All rights reserved. Use of this product is limited to the licensee and its employees. The product cannot be reproduced and transmitted to any person or organization outside of the licensee's organization.

Reasonable rights of use of the content of this product are granted solely for personal, corporate or public policy research, or educational purposes. This permission includes the use of the content in analyses and the reporting of results and conclusions, including the citation of limited amounts of supporting data extracted from the data product in these documents. These materials are solely for non-commercial purposes. In such cases, the source of the data must be acknowledged as follows: Source (or "Adapted from", if appropriate): Statistics Canada, name of product, catalogue, volume and issue numbers, reference period and page(s). Otherwise, users shall seek prior written permission of Licensing Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

Standards of service to the public
Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Financial and Circulation Information, by Language

	English	French	Other	All languages
			Millions of dollars	
Revenue				
Advertising	732.4	183.7	77.6	993.6
Single-copy sales	57.7	56.6	3.4	117.7
Subscription sales	209.2	54.4	27.7	291.3
Other revenues	96.3	24.1	30.1	150.5
Total revenues	**1,095.6**	**318.9**	**138.7**	**1,553.2**
Expenses				
Salaries, wages and fees	288.1	82.0	41.6	411.7
Non-salary costs	713.5	187.7	89.0	990.2
Total expenses	1,001.7	269.7	130.6	1,401.9
Profit margin (% of total revenues)	8.6	15.4	8.2	9.7
Total number of periodicals	**1,447**	**452**	**484**	**2,383**
Circulation				
Total annual circulation ('000)	482,726	158,788	136,440	777,954
Circulation per periodical ('000)	334	351	751	326
Circulation per issue	28,686	24,593	48,520	27,178

HOW ARE WE DOING?

We hope you find this bulletin both informative and useful. Your views on the information and analysis contained in this issue, or previous issues, of *Focus on Culture* are important as they help us to meet your needs for information about culture in Canada. Please let us know how we are doing.

Send your comments to:

Alice Peters, Editor-in-chief
Focus on Culture
Culture Statistics Program
Statistics Canada
Ottawa, ON
K1A 0T6
Telephone: (613) 951-4086
Fax: (613) 951-1333
E-mail: alice.peters@statcan.ca

HOW TO FIND OUT MORE...

For information on special data tabulations, the content of specific surveys, concepts, methods or data quality, please contact Client Services, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics by:

- **Telephone:** Toll-free at 1 800 307-3382 or (613) 951-7608
- **Fax:** (613) 951-9040; or
- **E-mail:** cult.tourstats@statcan.ca

DID YOU KNOW? New data from the Periodical Publishing Survey, 2003

Between 1993 and 2003, the periodical publishing industry showed steady gains in the number of magazines, total revenue and circulation. Industry revenues hit nearly $1.6 billion in 2003, up 22.5% from 1998 and a 56.5% increase from 1993. During the 10-year period, the industry's profit margin rose from 5.0% of revenues to 9.7%.

Periodical Publishing - Revenue, Expenses and Circulation, 1993 to 2003

	1993		1998		2003	
	millions of dollars	%	millions of dollars	%	millions of dollars	%
Revenues						
Sales of advertising space	609.8	61.4	809.4	63.8	993.5	64.0
Single-copy sales	74.8	7.5	92.3	7.3	117.7	7.6
Subscriptions sales	245.1	24.7	287.0	22.6	291.3	18.8
Other revenues	62.8	6.3	79.7	6.3	150.5	9.7
Total revenue	**992.5**	100.0	**1,268.4**	100.0	**1,553.2**	100.0
Expenses						
Salaries, wages and fees	225.0	22.7	298.9	23.6	411.8	26.5
Non-salary costs	717.9	72.3	840.7	66.3	990.2	63.8
Total expenses	**942.9**	95.0	**1,139.6**	89.8	**1,401.9**	90.3
Profit before taxes	49.6	**5.0**	128.9	**10.2**	151.3	**9.7**
Total number of periodicals	1,331		2,027		2,383	
Circulation						
Total annual circulation ('000)	496,000		602,860		777,954	
Circulation per periodical ('000)	373		297		326	
Circulation per issue	..		26,589		27,176	

.. not available for a specific reference period

Canadian Periodicals by Category of Periodical, 2003

	Sales of advertising	Total revenues	Advertising as a % of total revenue
General consumer	332.8	591.8	56.2
Special interest consumer	253.0	397.9	63.5
Business or trade	329.3	391.4	84.1
Farm	41.3	53.3	77.6
Religious	5.1	34.4	14.9
Scholarly	32.0	84.4	37.9
Total	**993.6**	**1,553.2**	**64.0**

Provincial and territorial data

Often in our analysis of survey data, we look at the national picture only, and do not highlight provincial or territorial patterns. In order to provide more regional data for our users, we are including selected provincial data in each issue of *Focus on Culture*. This time we are presenting recently released data from the Radio Listening Survey.

Average hours per week of radio listening, by province, and age/sex group: Fall 2004

						Quebec							
	Canada	Nfld.Lab.	P.E.I.	N.S.	N.B.	English	French	Total	Ont.	Man.	Sask.	Alta.	B.C.
Total population	**19.5**	**20.0**	**21.2**	**19.2**	**18.7**	**20.1**	**20.1**	**20.0**	**19.7**	**19.5**	**20.3**	**20.2**	**17.8**
Men:													
18 +	20.8	20.6	21.4	20.2	19.4	19.6	21.3	21.0	21.0	21.1	23.1	22.1	18.5
18 - 24	15.5	12.9	19.0	13.5	13.4	12.7	14.9	14.6	15.7	17.4	19.4	18.3	13.3
25 - 34	20.7	21.4	14.1	20.7	20.5	18.0	22.7	21.9	19.6	22.7	26.2	23.4	17.4
35 - 49	22.2	20.5	22.1	20.9	21.5	20.9	22.9	22.5	22.5	21.1	24.8	23.3	20.0
50 - 64	21.7	21.7	26.2	20.6	20.2	20.8	21.9	21.5	22.5	20.8	21.9	22.4	20.1
65 +	20.8	23.6	22.3	22.5	17.1	22.3	20.4	20.8	21.4	22.8	20.7	20.5	18.5
Women:													
18 +	20.5	21.7	24.1	20.2	19.9	22.4	21.3	21.3	20.7	20.4	20.5	20.4	18.8
18 - 24	15.9	17.1	16.1	12.4	14.4	15.4	14.7	14.7	16.0	14.7	16.3	19.0	16.0
25 - 34	17.9	19.1	33.9	18.5	18.1	17.7	18.8	18.5	17.7	18.4	17.4	18.3	16.4
35 - 49	20.8	20.6	22.3	20.7	20.8	23.1	22.8	22.6	21.0	19.1	20.5	20.2	18.1
50 - 64	22.1	24.6	20.1	22.9	20.9	23.6	22.9	22.8	22.2	22.4	22.4	22.5	19.8
65 +	23.6	24.6	29.7	21.7	21.5	27.0	22.7	23.3	24.4	25.2	23.3	22.0	22.7
Teens:													
12-17	8.5	8.1	6.9	8.6	8.8	9.6	7.6	7.8	8.5	8.2	8.1	10.1	8.8

Note: For Quebec the language classification is based on the language spoken at home. The total column includes those respondents who did not reply to the question or who indicated a language other than english or french.
Source: Statistics Canada, Radio Listening Survey, Fall 2004.

Percentage share of radio listening by format by province - Fall 2004

	Canada	Nfld.Lab.	P.E.I.	N.S.	N.B.	Qué.	Ont.	Man.	Sask.	Alta.	B.C.
Adult contemporary	24.6	14.8	5.8	26.0	33.4	31.0	26.1	17.1	22.5	10.7	20.8
Album-oriented-rock	5.6	13.2	0.1	9.7	0.1	2.0	5.4	5.6	5.1	14.0	6.0
Canadian Broadcasting Corporation	11.1	10.6	25.1	17.1	15.4	11.3	9.3	10.4	10.4	7.8	17.1
Contemporary	8.5	8.0	25.1	7.6	4.0	19.8	3.6	6.9	0.1	7.8	5.1
Country	10.0	13.6	33.4	22.7	14.1	0.6	8.5	16.5	36.3	24.2	7.5
Dance	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0
Easy listening	2.3	0.0	0.4	0.0	0.0	2.9	3.6	1.6	0.0	1.1	0.0
Gold/oldies/rock	15.3	6.6	8.9	12.0	12.4	13.0	17.4	17.3	14.4	14.0	16.5
Middle-of-the-road	3.1	0.0	0.0	1.6	0.0	0.9	5.2	2.7	1.2	2.1	3.2
Other	4.6	7.8	1.1	3.1	16.4	4.2	3.4	6.6	2.6	7.4	4.4
Sports	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	1.2	0.0	0.0	1.4	1.3
Talk	10.6	25.4	0.0	0.0	0.1	12.1	9.9	14.8	6.8	9.2	13.4
U.S. stations	3.1	0.0	0.0	0.2	4.1	1.8	4.9	0.6	0.5	0.3	4.8
Total listening	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

Note: For Quebec the language classification is based on the language spoken at home. The total column includes those respondents who did not reply to the question or who indicated a language other than english or french.
Source: Statistics Canada, Radio Listening Survey, Fall 2004.

The impact of a reduction of qualified staff in school libraries is an issue widely discussed amongst educators, librarians and parents of students in Canada's school systems. In fact, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO) School Library Manifesto was spearheaded in Canada. It states that "the school library provides information and ideas that are fundamental to functioning successfully in today's society, which is increasingly information and knowledge-based. The school library equips students with lifelong learning skills and develops the imagination, enabling them to live as responsible citizens."[8]

8. UNESCO/IFLA, "The School Library Manifesto: The School Library in Teaching and Learning for All", February 2000, http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/school_manifesto.html.

David Coish is an analyst in the Culture Statistics Program.

□

Table 3
Library staff by type of position and province/territory

	Teacher-librarian	Teacher non-librarian	Librarian	Library technician	Clerical staff	Other	Total
Newfoundland and Labrador	80	25*	F	F	9**	9**	136
Prince Edward Island	39	F	F	F	F	F	50
Nova Scotia	29	F	19	179	24	F	266
New Brunswick	28	12*	17	87	39	35	218
Quebec	72*	281*	166	484	371	168*	1,542
Ontario	1,908	167**	108*	1,166	534	154	4,037
Manitoba	121	20**	27**	292	188	44**	692
Saskatchewan	180	F	F	320	133	52*	714
Alberta	107	88	61	759	365	159	1,539
British Columbia	848	52*	F	169	381	73**	1,544
Yukon	10	F	F	F	F	F	19
Northwest Territories	F	F	F	10*	F	F	21
Nunavut	F	F	F	F	F	F	7
Canada	3,424	679	433	3,476	2,060	712	10,784

* coefficient of variation between 16.6% and 25%; data are less reliable
** coefficient of variation greater than 25% and less than or equal to 33%; data are less reliable
F coefficient of variation greater than 33%; data are too unreliable to publish
Source: Information and Communications Technologies in Schools Survey, 2003/04.

Library technicians

Some schools depend on library technicians to manage their libraries. Like teacher-librarians, library technicians work with classroom teachers to co-ordinate library resources with curriculum requirements. In addition, they often provide assistance with computers and the Internet for research and learning.

In the 2003/04 school year, 33.9% of Canadian schools had library technicians. Saskatchewan had the highest percentage of schools with library technicians (59.5%), followed by Alberta (56.0%) and Nova Scotia (52.7%). While British Columbia had a large percentage of schools with teacher-librarians, it had the lowest percentage (15.1%) of schools with library technicians (15.1%).

Of all provinces, Alberta had the highest percentage of schools with full-time library technicians (33.7%), followed by Manitoba (29.2%) and Saskatchewan (29.1%). British Columbia and Nova Scotia had the lowest percentages at 5.6% and 11.6%, respectively, while the Canadian average was 18.7%.

Overall, Saskatchewan had the highest percentage of schools with part-time library technicians (30.4%), followed by New Brunswick (29.9%) and Nova Scotia (24.4%). The Canadian average for part-time library technicians was 15.3%. Per 1000 students, Saskatchewan had the largest number of library technicians at 1.89, while British Columbia had the fewest at 0.27.

Other library staff

Although Quebec had the lowest average number of teacher-librarians, it had the highest average number of teacher non-librarians (0.12) and professional librarians (0.07) devoted to school libraries. In Quebec, professional librarians, not teacher-librarians, are the professional group responsible for school libraries.

Clerical workers constituted almost one out of five (19.1%) full-time equivalent (FTE) employees devoted to the library. This ranged from an average of 0.26 clerical staff per school in Manitoba to 0.03 in Newfoundland and Labrador. It appears that many schools relied on staff without school library training to keep libraries open. Other staff (excluding volunteers) constituted an average of 0.05 FTE employees per school library in Canada.

Although the ICTSS question on staffing did not ask about school library volunteers, a sizeable number of respondents reported that volunteers solely, or with other staff, operated the school library. Additionally, survey data collected on Ontario schools by People for Education show that 48% of schools reported that their libraries were staffed by volunteers in 2001/02, up from 41% in 1998/99.[4] Although volunteers may have prevented a reduction in library hours or the permanent closure of some school libraries, they cannot perform the same range of duties as teacher-librarians, library technicians or professional librarians.

Recent evidence suggests that many full-time librarian positions in Canadian schools have been scaled back to part-time or eliminated altogether.[5] Provincial data on school libraries, such as the tracking system developed by *People for Education*, have revealed that the number of elementary schools in Ontario with a full-time teacher-librarian has declined by 60% since 1998/99.[6] There are also reports of downstream effects from reduced professional library staff, which include aging and depleted collections in school libraries and reduced access to the libraries that do exist.[7]

4. *Fifth Annual Report on Ontario Elementary Schools*, People for Education,www.peopleforeducation.com/tracking/summrpts, 2002.
5. Haycock, Ken. The crisis in Canada's school libraries: the case for reform and re-investment. Association of Canadian Publishers, June 2003.
6. Ibid.
7. Canada Council for the Arts, *English-language Canadian literature in high schools: A research study commissioned by the Canada Council for the Arts*, Impact, no. 2, p.20, 2002.

Table 2
Number of library technicians and teacher-librarians per 1000 students, 2003/04

	Library technicians	Teacher librarians
Newfoundland and Labrador	F	0.87
Prince Edward Island	F	1.60
Nova Scotia	1.17	0.14
New Brunswick	0.75	0.72**
Quebec	0.48	0.22
Ontario	0.55	0.93
Manitoba	1.46	1.36 *
Saskatchewan	1.89	1.18
Alberta	1.42	0.19
British Columbia	0.27	1.53
Yukon	F	1.45
Northwest Territories	1.17	F
Nunavut	F	F
Canada	0.69	0.79

* coefficient of variation between 16.6% and 25%; data are less reliable.
** coefficient of variation greater than 25% but less than or equal to 33%; data are less reliable.
F coefficient of variation greater than 33%; data are too unreliable to publish.
Source: Information and Communications Technologies in Schools Survey, 2003/04.

Who works in Canadian school libraries?

by David Coish

The health of school libraries should be of keen interest not only to teachers, librarians and school board officials, but also to students and their parents. Research shows that school library funding and the presence of qualified librarians have positive impacts on student outcomes. Studies have shown that larger collections, greater funding for school libraries and more access to qualified librarians correlate with higher achievement levels for students.[1]

This profile gives provincial level information on the presence of teacher-librarians, library technicians and other library staff in Canadian schools.[2] **Teacher-librarians** are professional teachers who have additional qualifications in school librarianship. They focus on integrating information technology with the curriculum, and work with teachers to design curriculum and research units. **Library technicians** possess a technical certificate and/or diploma acquired from an accredited library technician program. They typically have training in cataloguing and classifying material, reference (finding information in print and electronic sources), acquisitions, database searching and web page design and maintenance. **Other library staff** can include professional librarians, teacher non-librarians, clerical staff and volunteers. Data presented here are derived from the 2003/04 Information and Communications Technologies in Schools Survey (ICTSS). They give benchmarks of library staffing in 2003/04 that will facilitate trend analysis in future years.

Teacher-librarians

As well as being educators, teacher-librarians manage school libraries. As a result of these two roles, a teacher-librarian is involved in instruction in reading and research as well as maintaining and updating the school's library collection. According to the Ontario-based organization People for Education: "Teacher-librarians work with classroom teachers to co-ordinate library resources with curriculum requirements. They (also) develop library collections and teach research strategies and literacy skills."[3]

In the 2003/04 school year, 38.0% of Canadian schools had teacher-librarians – 13.3% of schools had full-time teacher-librarians, while 24.7% were part-time. Overall, Prince Edward Island had the highest percentage of schools with teacher-librarians (75.4%) – 34.8% had full-time teacher-librarians, while 40.6% worked part-time.

A large proportion of schools in British Columbia (74.8%) also had teacher-librarians – 19.7% of its schools had full-time teacher-librarians, while 55.1% had part-time ones. Ontario also had more teacher-librarians than the national average (54.9%) – 21.8% had full-time teacher-librarians and 19.7% had part-time ones. The smallest percentage of schools with teacher-librarians occurred in Quebec, where only 2.0% of schools in the province had full-time teacher-librarians and 1.4% were part-time.

Prince Edward Island and British Columbia had the most teacher-librarians per 1000 students on staff; P.E.I. reported 1.60 teacher-librarians while British Columbia had 1.53. Ontario had less than one teacher-librarian per 1000 students (0.90), while Alberta and Nova Scotia had the fewest, at 0.19 and 0.14, respectively.

1. Haycock, Ken. *The crisis in Canada's school libraries: the case for reform and re-investment*, Association of Canadian Publishers, June 2003.
2. For a discussion of school library funding and other measures, see Canadian School Libraries and Teacher-librarians: Results from the 2003/04 Information and Communications Technologies in Schools Survey, Catalogue no. 81-595-MIE2005028, Culture Statistics Program, Statistics Canada, available at: http://dissemination.statcan.ca:8083/english/ research/81-595-MIE/81-595-MIE2005028.pdf.
3. MacDonald, Valerie. *School Libraries an Endangered Service*, People for Education.www.peopleforeducation.com.

Table 1
Percentage of schools with library technicians and teacher-librarians

	Library technicians		Teacher-librarians	
	Full-time	Part-time	Full-time	Part-time
Newfoundland and Labrador	F	F	12.7	37.0
Prince Edward Island	F	F	34.8	40.6
Nova Scotia	28.3	24.4	5.4	2.3
New Brunswick	11.6	29.9	4.5	7.2
Quebec	17.2	5.1	2.0	1.4
Ontario	17.1	16.3	21.8	33.1
Manitoba	29.2	21.9	10.2	13.6
Saskatchewan	29.1	30.4	9.4	33.8
Alberta	33.7	22.4	3.6	9.1
British Columbia	5.6	9.5	19.7	55.1
Canada	**18.7**	**15.3**	**13.3**	**24.7**

Full-time = one or more
Part-time = between zero and one
F coefficient of variation greater than 33%; data are too unreliable to publish
Source: Information and Communications Technologies in Schools Survey, 2003/04.

2001, approximately 39% of the jobs in *Heritage* were part-time.[4]

In 2002, women accounted for 59% of the workforce in the *Performing arts*. This sub-sector had one of the highest participation rates for women over the period and experienced the greatest growth in female workers. From 1996 to 2002, female participation in the *Performing arts* workforce increased from 48% to 59%.

Advertising, which includes advertising and media buying agencies, specialized distributors, etc., had the third highest proportion of its workforce composed of females (58%) in 2002. This is surprising given that most of the jobs in this sector were full-time. It has been estimated that 78% of the jobs in *Advertising* were full-time, on average, over the period 1996 to 2001.[5]

Even though women accounted for a slightly lower proportion of the overall culture sector workforce than men, their participation increased in most culture sub-sectors from 1996 to 2002 (Table 1). Other than *Visual arts, Film industry* and *Broadcasting*, female participation in the remaining culture sub-sectors either increased or remained the same. The biggest decline in female participation occurred in *Visual Arts*, where the proportion of female workers declined from 48% in 1996 to 42% in 2002.

Support activities dominated by females

In this section, female participation in culture activities such as creation, production, manufacturing, support and distribution is examined.[6] Table 2 shows the workforce gender distribution by activity in the culture sector.

Women formed the majority of the workforce of establishments involved in support (68%) and production (52%) activities and accounted for an equal proportion of the workforce involved in distribution (50%) activities in 2002. Men formed the majority of the workforce in manufacturing (62%) and creation (60%) activities. Establishments involved in support activities experienced the biggest growth in female participation – the share of female workers increased from 61% in 1996 to 68% in 2002.

Establishments involved in support activities experiences the largest growth in female participation – the share of female workers increased from 61% in 1996 to 68% in 2002. These establishments include social advocacy organizations, agents and managers for artists and entertainers, and business, professional, labour and other organizations.

Other than distribution activities, all activities showed an increase in female participation between 1996 and 2002. Distribution activities, which include wholesale and retail activities, saw the proportion of female workers decline from 54% in 1996 to 50% in 2002.

These results reinforce the general trend found in the overall economy in Canada, i.e., the gender employment pattern in the culture sector closely resembles the employment pattern in the overall economy. Manufacturing, for example, has traditionally employed more males, while female workers have been more highly represented in support activities.[7]

4. Singh, V. (2004), "Economic Contribution of Culture in Canada," *Research Paper series*, Catalogue no. 81-595-MIE2004023, Statistics Canada, available at: http://www.statcan.ca/bsolc/english/bsolc?catno=21-006-M200403
5. Ibid.
6. Culture activities are defined in the *Canadian Framework for Culture Statistics*. For more information, refer to: Statistics Canada (2004), "Canadian Framework for Culture Statistics," *Research Paper Series*, Catalogue no. 81-595-MIE2004021, Culture Statistics Program, Statistics Canada, available at: http://www.statcan.ca/bsolc/english/bsolc?catno=81-595-M2004021
7. Curto, J., and Rothwell, N. (2003), "The gender balance of employment in rural and small town Canada," *Rural and Small Town Canada Analysis Bulletin*, Catalogue no. 21-006-XIE, available at: http://www.statcan.ca:8096/bsolc/english/bsolc?catno=21-006-X2002003

Table 2
Females as a percentage of the culture workforce, by activity

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Average (1996 to 2002)	Change (1996 to 2002)
					%				
Support	61	65	59	66	66	74	68	66	7
Production	50	51	49	53	51	51	52	51	2
Distribution	54	51	54	64	57	55	50	55	-4
Creation	39	41	42	44	41	42	40	41	1
Manufacturing	36	41	39	39	36	39	38	38	2

Source: Statistics Canada.

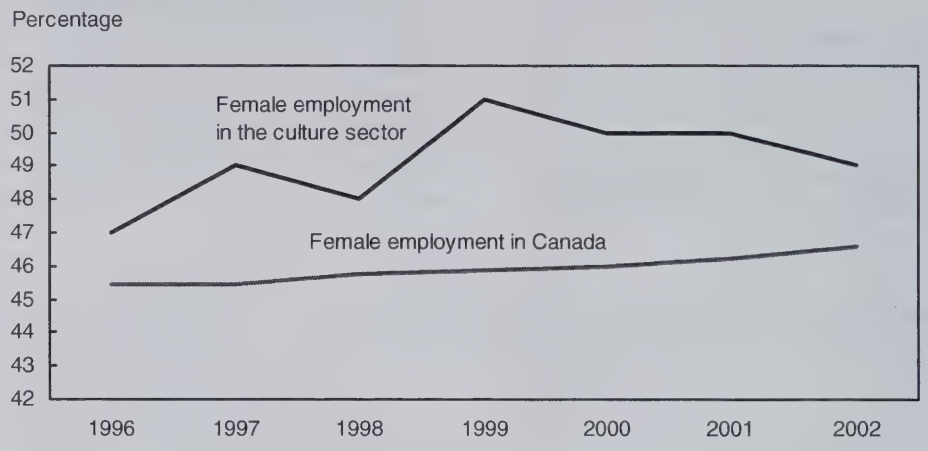
Vik Singh is an analyst in the Culture Statistics Program.

Canada's culture sector. It explores various questions such as changes in female employment and characteristics of female participation in the workforce by various culture sub-sectors and activities. The data for this article are derived from Statistics Canada's *Labour Force Survey (LFS)* from 1996 to 2002. It is important to note that the LFS only estimates "main employment," i.e., individuals surveyed may have more than one job but only the 'main' job is identified. In addition, the LFS does not include data from the Yukon, Northwest Territories or Nunavut.

Females form a higher proportion of the culture workforce compared to the overall economy

Results show that, similar to the overall workforce in Canada, the majority of workers employed in the culture sector were males. Males accounted for 51% of the culture workforce in 2002. At the same time, however, females accounted for a higher percentage of the culture workforce (49%) than of the overall workforce in Canada (47%).

Figure 1
Compared to the national average, a higher proportion of culture workers were female



Source: *Labour Force Survey, Statistics Canada.*

Table 1 shows that the female proportion of the culture workforce rose from 47% in 1996 to 49% in 2002. While women formed the majority of the culture workforce in 1999, this share slid marginally in the years that followed.

Female workers dominate *Heritage*, *Performing arts*, and *Advertising*

Heritage, *Performing arts* and *Advertising* are the only culture sub-sectors in which females have frequently formed a majority of the workforce. The *Heritage* sub-sector, which includes museums, heritage institutions and sites, zoos and parks, led other culture sub-sectors in terms of female employment, with 61% of its workforce composed of females in 2002. Many of the jobs in this sub-sector are part-time and women are more likely to work part-time than men. Between 1996 and

Table 1
Females as a percentage of the culture workforce

Culture sub-sectors	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Average (1996 to 2002)	Change (1996 to 2002)
					%				
Heritage	61	55	56	63	52	62	61	59	0
Performing arts	48	47	54	47	55	55	59	52	11
Advertising	58	62	55	61	68	60	58	60	0
Design	45	45	46	50	49	49	50	48	5
Written media	44	47	45	47	46	47	49	46	5
Sound recording and music publishing	43	46	42	61	56	45	46	48	3
Visual arts	48	54	52	46	44	46	42	47	-6
Film industry	44	50	47	54	53	46	41	48	-3
Broadcasting	38	39	38	39	37	39	37	38	-1
Photography	33	25	41	36	31	40	34	34	1
Architecture	13	17	20	24	22	21	19	19	6
Support activities	61	65	59	66	66	74	68	66	7
Culture sector	47	49	48	51	50	50	49	49	2
Canada	45	45	46	46	46	46	47	46	2

0 true zero or a value rounded to zero
1. Culture sub-sectors are estimated and defined according to the *Canadian Framework for Culture Statistics*. See Statistics Canada (2004) for more information.
2. *Support activities* is not allocated by culture sub-sector and is shown as a separate category. It is not considered a sub-sector.
Source: Statistics Canada.

part-time earnings in culture occupations grew nine times more than full-time earnings in culture occupations.

Summary

This article compares the earnings in culture occupations for the last two census years and provides insight into gender and sub-occupational differences. The results show that average employment income from culture occupations was lower than in other occupations. Whereas full-time earnings from culture occupations grew less than the national full-time average, growth in part-time earnings from culture occupations exceeded the growth of all part-time earnings. Females lagged behind males in their average employment income in the culture sector, in keeping with the overall trend in the Canadian economy. However, when compared to the national average, females engaged in culture occupations were better off.

Vik Singh is an analyst in the Culture Statistics Program.

□

Table 5
Average employment income in culture support occupations

Culture support occupations	Average employment income (constant 2000 $) 1995	2000	Percentage change in average employment income (1995-2000)
Culture management occupations			
A341 Library, archive, museum and art gallery managers	45,929	44,186	-4
A342 Managers in publishing, motion pictures, broadcasting and performing arts	47,867	51,216	7
B413 Supervisors, library, correspondence and related information clerks	..	..	..
Average earnings for cultural management occupations	47,296	49,370	4
Technical and operational occupations			
B551 Library clerks	14,709	14,179	-4
B552 Correspondence, publication and related clerks	23,933	26,066	9
C125 Landscape and horticultural technicians and specialists	20,562	22,964	12
C151 Architectural technologists and technicians	33,386	34,960	5
C153 Drafting technologists and technicians	34,912	36,362	4
F024 Professional occupations in public relations and communications	35,291	37,618	7
F025 Translators, terminologists and interpreters	29,541	31,500	7
F111 Library and archive technicians and assistants	21,700	23,935	10
F112 Technical occupations related to museums and galleries	16,768	16,535	-1
F122 Film and video camera operators	34,692	35,698	3
F123 Graphic arts technicians	24,327	25,411	4
F124 Broadcast technicians	38,602	39,501	2
F125 Audio and video recording technicians	28,935	30,632	6
F126 Other technical occupations in motion pictures, broadcasting and the performing arts	29,540	33,888	15
F127 Support and assisting occupations in motion pictures, broadcasting and the performing arts	27,619	25,953	-6
F131 Announcers and other broadcasters	26,994	30,505	13
F145 Patternmakers - textile, leather and fur products	23,856	25,789	8
Average earnings for technical and operational occupations	28,479	30,047	6
Manufacturing occupations			
B523 Typesetters and related occupations	25,639	26,043	2
H018 Supervisors, printing and related occupations	41,996	42,218	1
H521 Printing press operators	34,685	36,654	6
J181 Printing machine operators	25,934	27,336	5
J182 Camera, plate making and other pre-press occupations	34,403	31,533	-8
J183 Binding and finishing machine operators	20,672	23,129	12
J184 Photographic and film processors	18,664	17,769	-5
Average earnings for manufacturing occupations	29,041	29,970	3
Average earnings for culture support occupations	29,627	31,139	5

Source: Statistics Canada, 1996 and 2001 Censuses of Population.

Female participation in the culture sector workforce

by Vik Singh

The past few decades have seen dramatic growth in female participation in Canada's workforce. In 1976, only 37% of the Canadian workforce was female; by 2004 women comprised almost half of the workforce (47%). Over this period, the number of women employed more than doubled, compared to a more modest increase of 37% for men.[1]

There are many factors responsible for this growth, among them the expansion of the service sector, inflationary pressures demanding higher family incomes, changing gender expectations and changing female roles with respect to employment, marriage and parenthood.[2] Other factors such as enhanced parental leave and higher levels of female representation in many university degree programs have also contributed to the substantial increase in female participation in the Canadian workforce.

This article investigates gender dynamics in employment[3] in

1. Source: CANSIM Table 282-0002.
2. Nelson, E., and Robinson, B. (1999), *Gender in Canada*, University of Waterloo.
3. The term *employment* refers to individuals, 15 years and over, who were working for pay or profit during the reference week of the survey.

aggregate culture occupations categories, women in *culture support occupations* earned far less than women working in *core culture occupations*. For example, in 2000, women earned only 57 cents for every dollar earned by their male co-workers in *culture support occupations* compared to 81 cents for a dollar for core culture occupation categories.

There are many reasons for the consistent gender wage gap in the culture sector and in the overall economy. Some studies have pointed to the fact that females in general are more likely to be overrepresented in part-time and temporary jobs and these jobs typically pay less than full-time jobs.[10] Other studies have stated that there was a negative effect of housework on hourly female wage rates.[11]

Part-time[12] culture workers had the greatest percentage wage gains

Average earnings for full-time workers engaged in culture occupations amounted to $40,060 in 2000, an increase of 2% from $39,356 in 1995 (Table 3). The earnings of full-time workers engaged in culture occupations grew less than the average full-time earnings for all occupations in Canada (2% versus 6%) from 1995 to 2000. However, the average earnings of part-time culture workers grew more than the average earnings of all part-time workers over the same period (18% versus 13%). Interestingly,

Table 3
Largest percentage increase in earnings occurred for part-time culture workers

	Average employment income (constant 2000 $)		Percentage change (1995-2000)
	1995	2000	
Culture occupations (full-time)	39,356	40,060	2
All occupations (full-time)	40,910	43,298	6
Culture occupations (part-time)	16,525	19,506	18
All occupations (part-time)	16,827	19,067	13
Culture occupations (total)	27,692	30,149	9
All occupations (total)	29,160	32,123	10

Source: Statistics Canada, 1996 and 2001 Censuses of Population.

Table 4
Average employment income in core culture occupations

Core culture occupations	Average employment income (constant 2000 $)		Percentage change in average employment income (1995-2000)
	1995	2000	
Creative and artistic production occupations			
C051 Architects	43,707	52,592	20
C052 Landscape architects	31,274	41,626	33
C152 Industrial designers	41,066	40,469	-1
F021 Writers	30,437	31,911	5
F022 Editors	35,651	36,637	3
F023 Journalists	34,855	37,473	8
F031 Producers, directors, choreographers and related occupations	39,964	43,111	8
F032 Conductors, composers and arrangers	30,380	27,381	-10
F033 Musicians and singers	13,718	16,090	17
F034 Dancers	13,013	14,587	12
F035 Actors	18,556	21,597	16
F036 Painters, sculptors and other visual artists	13,761	18,666	36
F121 Photographers	21,679	25,407	17
F132 Other performers	15,355	18,156	18
F141 Graphic designers and illustrating artists	27,200	30,186	11
F142 Interior designers	26,242	29,808	14
F143 Theatre, fashion, exhibit and other creative designers	23,717	27,205	15
F144 Artisans and craftspersons	11,553	15,533	34
Average earnings for creative and artistic production occupations	24,918	28,786	16
Heritage collection and preservation occupations			
F011 Librarians	32,928	35,564	8
F012 Conservators and curators	35,264	34,041	-3
F013 Archivists	31,318	30,480	-3
Average earnings for heritage and preservation occupations	33,026	34,639	5
Average earnings for culture occupations	25,485	29,142	14

Source: Statistics Canada, 1996 and 2001 Censuses of Population.

10. Blank, R.M. (1990a), "Are part-time jobs bad jobs?" in Gary Burtless, eds., *A future of lousy jobs*, Brookings Institution, Washington, DC; Blank, R.M. (1998), "Contingent work in a changing labour market" in Richard Freeman and Peter Gottschalk, eds., *Generating jobs*, Russel Sage Foundation, New York; Segal, L.M., and Sullivan, D.G. (1997a), "The temporary labor force," *Economic Perspectives*, Vol. 19, 2, pp. 2-10; Segal, L.M., and Sullivan, D.G. (1997b), "The growth of temporary services work," *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 11, 2, pp. 117-136.
11. Hersch, J., and Straton, L.S. (1997), "Housework, fixed effects and wages of married workers," *Journal of Human Resources*, Vol. 32, pp 285-307.
Becker, G.S. (1985), "Human capital, effort and the sexual division of labour," *Journal of Labor Economics*, Vol. 3, pp.33-58.
12. Part-time employment includes contract and freelance work.

Female earnings continue to lag behind males

Census data show that females earned less than their male counterparts in Canada – women earned 63% and 64% of male earnings in 1995 and 2000, respectively. The same trend was found in culture occupations. However, females working in culture occupations were slightly better off than those working in non-culture occupations. Women engaged in culture occupations earned approximately 70 cents and 72 cents for every dollar earned by men in 1995 and 2000, respectively (Table 2). Between 1995 and 2000, however, average employment income for females in culture occupations grew faster (11%) than it did for their male counterparts (7%).

However, the earnings of females in culture occupations failed to catch up to those of males. The difference in average employment income between males and females remained almost the same over the two census periods ($9,823 and $9,731 in 1995 and 2000, respectively) as shown in Table 2. Nevertheless, the difference between male and female earnings for culture occupations was lower than for all occupations in both 1995 and 2000. For instance, in 2000, males earned, on average, $14,040 more than females. On the other hand, males engaged in culture occupations earned, on average, only $9,731 more than their female counterparts.

Except for three occupational categories in 1995 (*other performers*; *library clerks*; and, *library and archive technicians and assistants*) and just one category in 2000 (*library clerks*), all other culture occupations reported higher earnings by men than women.

Figure 1 shows that, whereas men working in culture occupations earned less than the national average for males, the opposite was true for females. Women working in culture occupations earned slightly more than the female national average in both 1995 ($22,479 versus $22,219) and 2000 ($24,941 versus $24,691).

Table 2
Males, on average, earned higher employment income than females

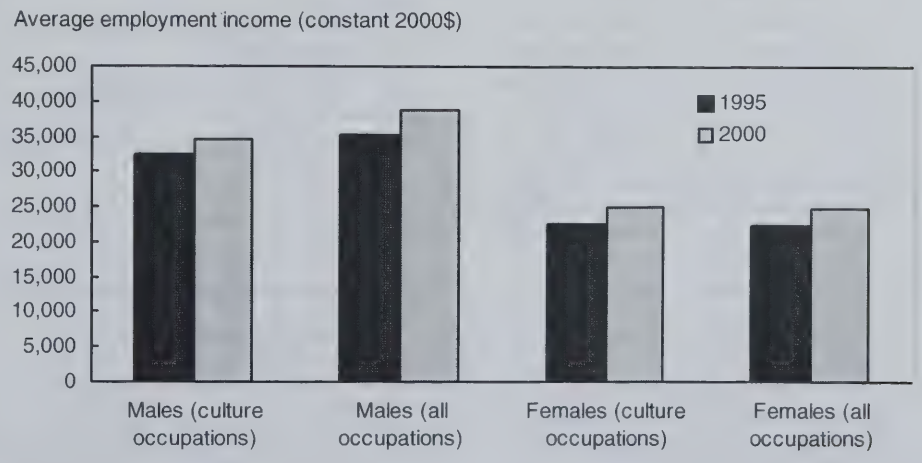
	Average employment income (constant 2000 $)		Percentage change (1995-2000)
	1995	2000	
Culture occupations	27,692	30,149	9
Males	32,302	34,672	7
Females	22,479	24,941	11
Gender wage gap	9,823	9,731	-1
All occupations	29,160	32,123	10
Males	35,106	38,731	10
Females	22,219	24,691	11
Gender wage gap	12,887	14,040	9

Note: The gender gap refers to the amount by which males earned more than females.
Source: Statistics Canada, 1996 and 2001 Censuses of Population.

On average, the occupation category *library, archive, museum and art gallery managers* reported the highest earnings for both males and females in 1995 ($52,663 and $42,559, respectively). However, in 2000, the occupational category *architects* reported the highest earnings for males and *managers in publishing, motion pictures, broadcasting and performing arts* for females ($56,482 and $44,653, respectively). The lowest earning occupational category for males was *library clerks* in both 1995 and 2000 ($12,376 and $12,076, respectively). The occupational category *artisans and craftpersons* reported the lowest earnings for females in 1995 ($9,200) and 2000 ($11,843).

The largest disparity between the earnings of men and women was found in the occupation category of *photographers* where, on average, females earned approximately half (only 54% and 51%) of what their male counterparts earned in 1995 and 2000, respectively. Looking at

Figure 1
Average employment income for male workers in culture occupations was lower than the national average for all occupations



Source: *1996 and 2001 Censuses of Population, Statistics Canada.*

Employment income is the sum of the wages and salaries and net self-employment income from the operation of a farm, business or professional practice owned and operated by the respondent. Self-employment income is calculated after business expenses but as with wages and salaries, before income tax is deducted. Royalties are included.

Full-time workers are persons 15 years of age and over who worked 49-52 weeks on a full-time basis in the reference year, for pay or in self-employment.

Culture is creative artistic activity and the goods and services produced by it, and the preservation of human heritage.

earnings for workers in *culture support occupations* ($31,139), although lower than the national average for all occupations ($32,123), were higher than the average earnings of all workers in culture occupations in 2000 ($30,149). However, the percentage change in average employment income from 1995 to 2000 reported by workers in *culture support occupations* (5%) was lower than that reported by workers in *core culture occupations* (14%). In addition, five out of the nine culture occupation categories that reported declines in their average earnings were classified in the *culture support occupations* category. In both 1995 and 2000, workers in *culture core occupations* reported lower employment income than did those working in *culture support occupations* and workers in general. However, the average employment income for workers in *core culture occupations* grew faster than the average earnings for all culture workers in Canada from 1995 to 2000 (14% versus 9%).

Most culture occupations (38 out of 47) reported growth in average earnings from 1995 to 2000. The largest growth was reported by *painters, sculptures and other visual artists* (36%) while the sharpest drop was reported by *conductors, composers and arrangers* (-10%).

A majority of culture occupations reported average employment income lower than other non-culture occupations. When all occupations are ranked by earnings, about two-thirds of culture occupations (64% in 1995 and 66% in 2000) were in the bottom half. In fact, *artisans and craftspersons* were among the 25 lowest paying occupations in Canada in 1995, while *library clerks* were similarly ranked in 2000. There were no culture occupations identified amongst the country's 25 highest paying occupations in either Census reference year, while only 4% and 6% of culture occupations were in the top quartile of earnings for the respective Census years. The highest earnings reported for a culture occupation category was $47,867 (*managers in publishing, motion pictures, broadcasting and performing arts*) in 1995 and $52,592 (*architects*) in 2000 (Tables 4 and 5).

There are a number of reasons why workers in culture occupations continued to earn less than those in other occupations. Previous Canadian studies found that the income of certain culture occupations, such as freelance writers, although consistently lower than the average wage-earning Canadian, were not uniformly distributed in that they had a higher concentration of both low and high levels of earnings.[8]

Other studies have suggested that the higher variance in the earnings of culture occupations compared to non-culture occupations could be due to the project based nature of many culture occupations and the uncertainty of being able to find a new contract when existing work is completed.[9] Employment in some artistic occupations is subject to a greater degree of instability than employment in many non-culture occupations, which might also explain the lower earnings of some culture occupations.

8. Harrison, B.R., and Thera, J.R. (1983), "Economic Status of Canadian Freelance Writers," In *Markets for the Arts*, ed., James L. Shannon, William S Hendon, Izzak Hillhorst and Jaap van Straalen, Akron: Association of Cultural Economics, pp.126-136.
9. McNertney, E.M., and Waits, R.C. (1989), "The Incomes of Culture providers," A review of Current Research." In *Cultural Economics 88: An American Perspective*, by Douglas V. Shaw, William S. Hendon and Virginia Lee Owen, Akron: University of Akron, pp 41-48.
Santos, F.P. (1976), "Risk, Uncertainty and the Performing Arts," *Economics of the Performing Arts*, Mark Blaug ed., Boulder: Westview Press, pp 248-259.
Filer, R.K. (1986), "The Starving Artist – Myth or Reality? Earnings of artists in the United States," *Journal of Political Economy*, Vol. 94, pp 56-75.

Table 1

Average employment income from culture occupations was lower than average employment income from all occupations in Canada

	Average employment income (constant 2000 $)		Percentage change (1995-2000)
	1995	2000	
All occupations	29,160	32,123	10
Culture occupations	27,692	30,149	9
Core culture occupations	25,485	29,142	14
Creative and artistic production occupation	24,918	28,786	16
Heritage collection and preservation occup	33,026	34,639	5
Culture support occupations	29,627	31,139	5
Culture management occupations	47,296	49,370	4
Technical and operation occupations	28,479	30,047	6
Manufacturing occupations	29,041	29,970	3

Source: Statistics Canada, 1996 and 2001 Censuses of Population.

306.0971
F683
15:2
Govt
Documents

FOCUS ON CULTURE

Quarterly Bulletin from the Culture Statistics Program

Catalogue no. 87-004-XPB Vol. 15, No. 2

Earnings of culture workers: findings from Canadian Census data

by Vik Singh

THE LIBRARY OF THE
SEP 12 2005
UNIVERSITY OF ILLINOIS
URBANA-CHAMPAIGN

A study of earnings in the culture sector is important to an understanding of the vitality of this sector. It is also an issue of significant interest to many culture organizations and lobby groups. The *Canadian Framework for Culture Statistics*[1] classifies 48 occupations[2] as culture occupations. Using data from the 1996 and 2001 Censuses of Population,[3] this article discusses the employment income in culture occupations[4] and compares it with the employment income of all occupations.

Average employment income of culture workers lags behind the Canadian average

Average employment income earned by culture workers was lower than the average employment income for all workers in Canada. In 2000, the average employment income[5] for culture workers amounted to $30,149, compared to $32,123 for all workers in Canada (Table 1).[6] The percentage change in average employment income from 1995 to 2000 for culture occupations also fell short of the national average (9% versus 10%). Thus, not only were the incomes of culture workers lower, but their income growth was lower than the national average.

Breakdowns of earnings by culture occupations also tell an interesting story. Table 1 categorizes culture occupations into two broad subcategories (a) *core culture occupations* and (b) *culture support occupations*.[7] Average

1. Statistics Canada (2004), Canadian Framework for Culture Statistics," *Research Paper Series*, Catalogue no. 81-595-MIE2004021, Culture Statistics Program, Statistics Canada, available at: http://dissemination.statcan.ca:8083/english/research/81-595-MIE/81-595-MIE2004021.pdf.
2. Data for one culture occupation category, *Supervisors, library, correspondence and related information clerks*, are not available.
3. Reference years for the 1996 and 2001 Censuses are 1995 and 2000, respectively.
4. The occupation categories are taken from Standard Occupational Classification (SOC), 1991, available at http://dissemination.statcan.ca/english/concepts/occupation.htm
5. Employment income refers to income earned in a calendar year and is reported in constant 2000 dollars.
6. Census earnings data are collected based on primary occupation. If an individual worked in more than one occupation, the occupation with the greatest number of hours worked in the reference week becomes the primary occupation. For example, an individual who played guitar in a rock band for two days a week but worked in a restaurant as a server for three days a week will not be classified as a musician but as a server.
7. For a list of culture occupations see Tables 4 and 5.

In This Issue...

Articles:

- Earnings of culture workers: findings from Canadian Census data 1
- Female participation in the culture sector workforce 5

Profile:

- Who works in Canadian school libraries? 8

Provincial and territorial data:

- Radio listening, Fall 2004 11

Did you know?

- New data on periodical publishing, 2003 12

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

LA CULTURE EN PERSPECTIVE

Bulletin trimestriel du Programme de la statistique culturelle

N° 87-004-XPB au catalogue

Vol. 15, n° 3

L'ascension du dragon : L'importance croissante de la Chine pour le commerce de biens de la culture du Canada

par Vik Singh et Miles Rowat

La République populaire de Chine est maintenant la sixième économie mondiale en importance et la troisième nation commerçante, après les États-Unis et l'Allemagne[1]. À mesure que l'économie chinoise prenait de l'expansion, le commerce du Canada avec ce pays asiatique augmentait[2]. En 2005, le Canada a exporté des marchandises à destination de la Chine évaluées à plus de 6,6 milliards de dollars, soit une hausse de 9,2 %. En même temps, les exportations canadiennes en provenance de Chine ont augmenté de 22,3 %, pour passer à près de 29,5 milliards de dollars. La Chine est maintenant le deuxième partenaire commercial du Canada, après les États-Unis[3]. Grâce à la croissance du commerce entre les deux pays, le commerce des biens culturels a augmenté subitement, enregistrant une hausse dans les deux chiffres chaque année de 1996 à 2003, avant de faire une pause en 2004 et en 2005.

La demande canadienne de biens culturels provenant de Chine est la source de la majorité du commerce des biens culturels entre les deux pays. Depuis des importations de biens culturels évaluées à 78,3 millions de dollars en 1996, la demande canadienne a affiché une accélération fébrile pour atteindre 278 millions de dollars en 2005. En 2000, la Chine a dépassé le Royaume-uni et la France pour devenir la deuxième plus importante source d'importation de biens culturels du Canada (après les États-Unis)[4]. Les œuvres écrites et publiées et les œuvres d'art visuel ont été les biens culturels les plus importés[5].

1. Steve Grunau, *Nourrir le dragon : les exportateurs canadiens et la prospérité chinoise*, Statistique Canada, mars 2006, disponible sur : http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/listpub_f.cgi?catno=11-621-MIF2006037.
2. Dans le présent article, les données commerciales sur la Chine incluent Hong Kong, la Mongolie, et Macau.
3. Francine Roy, Statistique Canada, *Échanges commerciaux du Canada avec la Chine*, juin 2005, disponible à : http://www.statcan.ca/francais/freepub/11-010-XIB/00605 11-010-XIB_f.htm.
4. *Statistique Canada*, Commerce international des marchandises, Revue annuelle 2005, n° 65-208-XIF au catalogue, disponible à : http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=65-208-XIF.
5. Les données de cette étude ont été recueillies par la Division du commerce international de Statistique Canada et compilées par la Division de la statistique de la culture. Pour obtenir plus de détails, voir : http://www.statcan.ca/francais/freepub/87-007-XIF/87-007-XIF2005001.htm. Toutes les estimations sont en dollars courants.

Dans le présent numéro. . .

Articles :

- L'ascension du dragon : L'importance croissante de la Chine pour le commerce de biens de la culture du Canada 1
- Une nouvelle culture pour le Programme de la statistique culturelle 6

Données provinciales et territoriales :

- L'Enquête sur les cinémas, 2003-04 9

Saviez-vous que? :

- L'Enquête sur l'enregistrement sonore, 2003 10

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Comment définit-on «les biens de la culture»?

Les biens sont des objets physiques pour lesquels il existe une demande, sur lesquels des droits de propriété peuvent être établis et dont la propriété peut être transférée d'une unité institutionnelle à une autre par le biais d'une opération sur le marché. Le bien diffère du service en ce qu'il s'agit d'un produit ayant des propriétés physiques telles qu'un volume et une masse, visibles à l'œil nu. Les services culturels, qui sont des produits intangibles tels que des représentations et des émissions, sont exclus de ces estimations.

Les biens de la culture comprennent des biens originaux et produits en série à teneur culturelle. Voici quelques exemples de biens de la culture : livres, revues, journaux, cartes postales, calendriers, films, vidéos, DVD, feuilles de musique, disques compacts, cassettes, disques vinyle longue durée, peinture (œuvres originales et reproductions), photographies, sculptures, ornements et figurines, plans d'architecture en vente libre et designs et dessins produits en série, matériel publicitaire, collectons de monnaies et de timbres et antiquités.

Les biens culturels comprennent également «la propriété intellectuelle» qui correspond aux paiements de redevances liés à la vente finale de certaines livraisons de produits culturels. La liste complète des biens de la culture par catégorie est présenter dans l'annexe A du *Guide d'utilisation des données du commerce des biens de la culture*, disponible à http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=81-595-MIF2006040.

Par comparaison avec les importations, on a associé à la Chine une plus faible proportion des exportations canadiennes : sa part des exportations de biens culturels canadiens s'est légèrement accrue, passant de 0,3 % à 0,5 % au cours de la période. En 2005, les exportations de biens culturels vers la Chine avaient atteint 13,0 millions de dollars, et ce pays était devenu la cinquième destination d'exportation de biens culturels canadiens. Les exportations de biens culturels vers la Chine ont accéléré après que le pays a adhéré à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) à la fin de 2001. L'élimination ou la réduction des obstacles commerciaux ont permis aux entreprises canadiennes d'accroître leurs expéditions vers la Chine.

Hausse remarquable des importations de biens culturels en provenance de Chine

En 2005, le Canada a importé de Chine des biens culturels d'une valeur approximative de 278 millions de dollars (figure 1). Même si elle est demeurée en deuxième place, loin dernière les États-Unis qui totalisaient 76 %[6] des importations totales de biens culturels en 2005, la part chinoise des importations de biens culturels à destination du Canada a augmenté de 2,5 % en 1996, atteignant 6,9 % en 2005.

Sauf en 2005, les augmentations en pourcentage des importations en provenance de Chine ont été plus fortes que pour les autres partenaires commerciaux du Canada (tableau 1). De 1996 à 2005, les importations de biens culturels en provenance de Chine ont augmenté de 255 %, comparativement à une hausse de 17 % des importations provenant des États-Unis et à une augmentation de 75 % des importations provenant des autres partenaires commerciaux du Canada. En réalité, la plupart des années, les importations de biens culturels en provenance de Chine ont connu des hausses à deux chiffres, la plus importante augmentation annuelle (30,6 %) ayant été enregistrée entre 2001 et 2002 (tableau 1). Les importations de biens culturels en provenance de Chine ont fléchi en 2004 de 2 % à 1 %. Cela correspondait à la faible performance de l'ensemble des importations canadiennes de biens culturels de tous les pays en 2004 et 2005, qui ont diminué de 3,2 % en 2004 tandis que les importations ont grimpé de 2,7% en 2005.

Même si les importations ont connu une hausse de 1 % en 2005, des différences marquantes étaient observées dans d'autres sous-secteurs de biens culturels. Le sous-secteur des œuvres écrites et publiées a continué sa tendance à la hausse à 3,7 % par rapport aux sous-secteurs de la publicité et de la photographie qui ont connu une hausse de 79,4 % et 63,5 % respectivement. En même temps, la diminution des importations de biens culturels chinois en 2005 est survenue principalement dans les domaines de la vidéo 23 % et des produits patrimoniaux qui ont diminué de 16,7 %. Par contre, les

6. Les États-Unis totalisaient des importations de biens culturels de 3,1 milliards de dollars à destination du Canada. La part américaine des importations de biens culturels à destination du Canada a cependant diminué ces dernières années, étant ramenée de 84,7 % en 1996 à 76 % en 2005.

Figure 1
Forte croissance des importations des biens culturels en provenance de la Chine

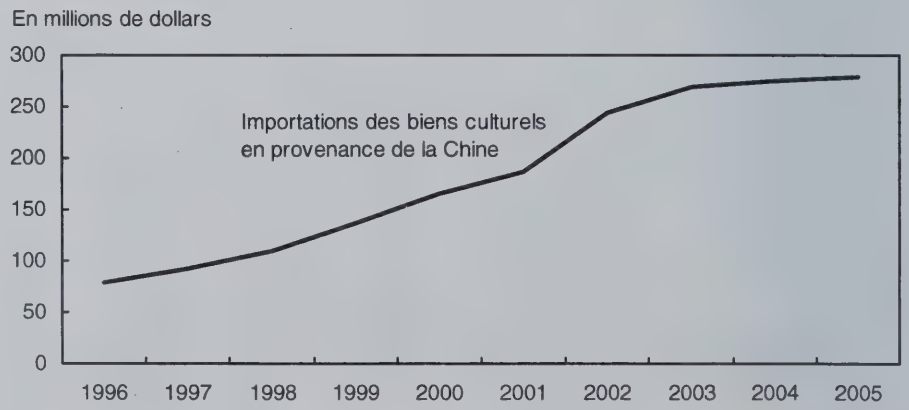


Tableau 1
La Chine à l'origine de la plus forte hausse des importations en pourcentage

	1996 à 1997	1997 à 1998	1998 à 1999	1999 à 2000	2000 à 2001	2001 à 2002	2002 à 2003	2003 à 2004	2004 à 2005	1996 à 2005
	variation en pourcentage									
Importations totales provenant de la Chine	17,7	19,1	25,0	21,0	12,3	30,6	10,8	2,0	1,0	255,1
Importations totales provenant des États-Unis	9,1	4,8	-0,3	1,0	2,6	3,2	-1,6	-2,9	0,2	16,9
Importations totales provenant des autres pays	13,3	10,7	4,5	4,2	4,8	2,8	10,5	-6,8	15,8	75,4

Source : Statistique Canada, Commerce de biens de la culture, nº 87-007-XIF au catalogue.

domaines des enregistrements sonores et édition musicale, des arts visuels et de l'architecture ont diminué de 7 % chacun.

La majorité des importations de biens culturels chinois consistaient en des œuvres écrites et publiées et des œuvres d'art visuel (tableau 2). Le sous-secteur des œuvres écrites et publiées inclut les livres, les journaux, les périodiques et les autres imprimés. En 2005, ce sous-secteur a représenté plus de la moitié des biens culturels que le Canada a importé de Chine. Les importations de livres comptaient pour la vaste majorité de ces biens, représentant 72,6 % ou environ 118 millions de dollars des œuvres écrites ou publiées qui ont été importées au total en 2005. En 2003, la Chine a dépassé le Royaume-uni et la France pour devenir la deuxième plus importante source d'importations canadiennes d'œuvres écrites et publiées.

Évaluées à plus de 89 millions de dollars, les œuvres d'art visuel représentaient le deuxième plus important sous-secteur des biens culturels importés de Chine en 2005 (tableau 2). En 1999, la Chine était devenue la principale source d'importation d'œuvres d'art visuel pour le Canada. En 2005, la Chine représentait 25 % de toutes les œuvres d'art visuel importées au Canada. La majorité des œuvres d'art visuel importées de Chine consiste en des statuettes des ornements, des collages et des plaques décoratives.

Malgré la prédominance des œuvres écrites et publiées et des œuvres d'art visuel, une forte croissance des importations de biens culturels chinois a été manifeste dans tous les sous-secteurs de 1996 à 2005. La hausse la plus marquée au cours de cette période a été observée dans le sous-secteur de la photographie, les importations passant de 618 000 $ en 1996 à près de 11 millions de dollars en 2005. Les importations de film et de vidéo ont aussi connu une hausse importante, passant de 592 000 $ en 1996 à 5,7 millions de dollars en 2005.

Outre des pratiques commerciales plus libérales, la hausse rapide des importations de biens culturels chinois peut en partie être attribuée à la demande croissante de produits chinois à bas prix[7]. En outre, avant juillet 2005, la devise chinoise, le yuan, avait été stabilisée à la valeur du dollar américain[8]. Puisque le dollar canadien a pris de la valeur par rapport au dollar américain au cours de cette période, le prix relatif des biens en provenance de Chine a diminué.

Par ailleurs, la population chinoise croissante au Canada a probablement fait augmenter la demande de biens culturels en provenance de Chine. Étant le groupe minoritaire visible le plus important, la population chinoise du Canada est passée de 860 150 en 1996 à plus d'un

7. UNESCO (2005), « Saviez-vous? La circulation internationale de biens culturels », disponible à : http://www.uis.unesco.org/ev_fr.php?ID=5028_201&ID2=DO_TOPIC. Cette étude stipule que la contribution de la Chine aux exportations mondiales de biens culturels est passée de 0,2 % en 1985 à 8,9 % en 1998, ou 9,6 % si on incluait Hong Kong (UNESCO, 2005).
8. Depuis ce temps, le yuan a été stabilisé à un ensemble de devises incluant le dollar américain.

Tableau 2
Biens culturels importés de la Chine

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Part en pourcentage 2005	Variation en pourcentage (1996-2005)
	$000											
Oeuvres écrites et publiées	36 830	42 561	49 848	68 300	75 048	78 444	113 106	140 032	156 790	162 583	58	341
Arts visuels	35 126	39 172	50 093	59 109	77 477	91 677	112 085	103 583	96 170	89 160	32	154
Film et vidéo	592	711	1 714	1 815	2 515	2 865	4 878	6 697	7 363	5 670	2	858
Photographie	618	972	1 518	1 442	2 854	4 453	5 194	4 917	6 710	10 968	4	1 675
Publicité	1 581	1 146	1 499	1 800	2 866	2 496	1 751	2 916	2 670	4 789	2	203
Enregistrements sonores et édition musicale	2 045	3 398	2 161	2 584	2 573	2 975	3 386	2 334	2 754	2 536	1	24
Patrimoine	1 358	4 035	2 775	1 928	2 581	3 443	3 098	9 144	2 512	2 090	1	54
Architecture	124	111	89	147	60	12	66	90	203	188	0	52
Total	**78 273**	**92 107**	**109 697**	**137 125**	**165 975**	**186 365**	**243 473**	**269 713**	**275 172**	**277 984**	**100**	**255**

Source : Statistique Canada, Commerce de biens de la culture, nº 87-007-XIF au catalogue.

million de résidents en 2001, la majorité vivant en Ontario (47 %) et en Colombie-Britannique (35 %).

Tandis que les importations de biens culturels ont augmenté de 1 % en 2005, les importations de marchandises totales en provenance de Chine atteignaient 29,5 milliards de dollars en 2005, soit une hausse de 22,3 % au cours de l'année 2004. Cela s'est produit pour plusieurs raisons. Par exemple, les entreprises canadiennes ont transféré leur approvisionnement en produits électroniques et informatiques du Japon vers la Chine, augmentant leurs importations de ces produits de la Chine.

Deuxièmement, l'Organisation mondiale du commerce a convenu de démanteler le système de quotas qui a réglementé le commerce de textiles et de vêtements pendant des décennies. En raison de la suppression des quotas, qui est survenue le 1 janvier 2005 et l'émergence de la Chine comme puissance manufacturière, les importations de vêtements en provenance de Chine ont augmenté de presque 50 %, atteignant 3,0 milliards de dollars en 2005.

Croissance vigoureuse des exportations de biens culturels canadiens à destination de la Chine

La Chine était le cinquième plus important bénéficiaire des exportations de biens culturels en provenance du Canada en 2005 au cours de la période à l'étude. Les exportations de biens culturels à destination de la Chine ont connu une croissance vigoureuse, passant de 3,6 millions de dollars en 1996 à 13 millions de dollars en 2005 (figure 2). De nombreux facteurs ont contribué à l'ouverture grandissante du marché chinois aux biens culturels canadiens. L'accès au marché, dans tous les secteurs, s'est amélioré avec l'intégration accrue dans l'économie mondiale et, tout particulièrement, depuis que la Chine a adhéré à l'Organisation mondiale du commerce en 2001[9]. En outre, l'économie prospère de la Chine, qui a augmenté d'au moins 7,5 % par année entre 2000 et 2005, a fait augmenter la demande de biens étrangers.

Les exportations de publicités, de films et de vidéos ainsi que les exportations d'œuvres écrites et publiées ont mené la danse ces dernières années (tableau 3). En 2005, la publicité est devenue la catégorie la plus importante, représentant un tiers de toutes les exportations de biens culturels canadiens vers la Chine. Le film et la vidéo, pour lesquels les exportations à destination de la Chine se sont établies à 2,7 millions de dollars en 2005, ont vu leur part des exportations de biens culturels passer de 21 % en 2005. Cette croissance est surtout attribuable aux exportations de biens tels que les DVD et les cassettes vidéos. Les exportations d'œuvres écrites et publiées ont suivi de près, avec 23 % des exportations totales de biens culturels vers la Chine en 2005 appartenant à cette catégorie.

9. Gouvernement du Canada (2003), « Canada et Chine : échanges commerciaux et investissements », disponible à : http://www.beijing.gc.ca/beijing/fr/navmain/canada/599/index.htm

Figure 2
Les biens culturels canadiens exportés en Chine ont connu une croissance vigoureuse dans la période visée

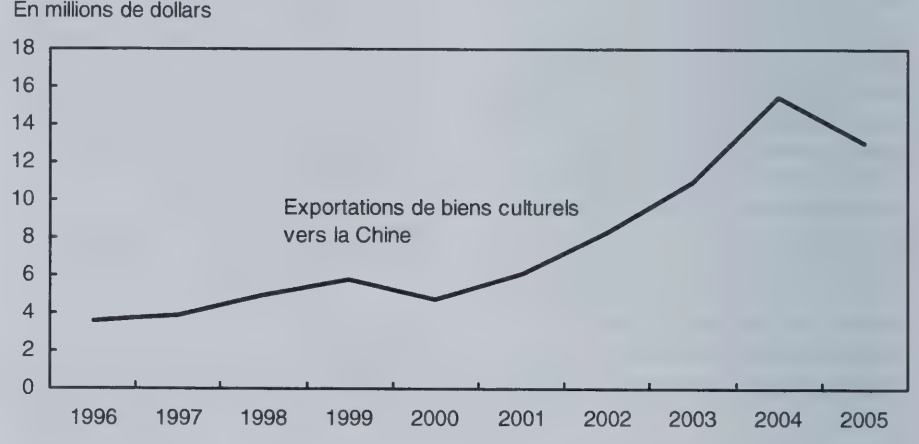


Tableau 3
Biens culturels exportés ver la Chine

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Part en pourcentage 2005	Variation en pourcentage (1996-2005)
							$000					
Film et vidéo	198	384	1 104	2 000	2 635	1 762	2 598	5 065	9 203	2 748	21	1 288
Oeuvres écrites et publiée	1 814	2 005	863	1 233	952	3 651	4 491	2 930	4 049	3 018	23	66
Photographie	334	161	59	95	125	122	236	393	827	1 613	12	383
Patrimoine	295	706	1 049	1 716	397	229	356	506	545	83	1	-72
Arts visuels	503	392	816	107	342	200	181	344	404	1 223	9	143
Publicité	245	166	39	187	96	43	217	148	224	4 290	33	1 651
Enregistrements sonores e	151	78	1 005	388	215	95	251	1 553	212	58	0	-62
Architecture	23	0	0	15	1	5	0	0	12	7	0	-70
Total	**3 562**	**3 891**	**4 936**	**5 742**	**4 763**	**6 107**	**8 331**	**10 940**	**15 476**	**13 039**	**100**	**266**

0 zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
Source : Statistique Canada, Commerce de biens de la culture, nº 87-007-XIF au catalogue.

Les œuvres écrites et publiées, qui constituaient dans le passé l'essentiel des exportations de biens culturels canadiens à destination de la Chine, ont vu leur part des exportations reculer, passant de 51 % en 1996 à 23 % en 2005, à mesure que les exportations de films et de vidéos connaissaient une croissance. Bien qu'il ne soit plus la catégorie la plus importante des exportations de biens culturels à destination de la Chine, ce sous-secteur a augmenté ses exportations 66 % pendant la période, atteignant 3 millions de dollars en 2005.

Dans l'ensemble, même si les exportations de produits culturels vers la Chine ont augmenté de 266 % pendant la période, elles ont diminué en 2005 tout comme les exportations de biens culturels canadiens vers tous les autres pays. Toutefois, le commerce des exportations de marchandises vers la Chine a augmenté de 9,2 % en 2005. Cette augmentation d'exportations canadiennes vers la Chine peut surtout être attribuée aux prix plus élevés des biens industriels. Par exemple, l'exportation de produits énergétiques a propulsé la valeur des exportations à un niveau record en 2004 et en 2005, mais les prix de pétrole et de gaz naturel étaient surtout responsable de cette croissance. Cependant, les prix des exportations de biens culturels n'ont pas augmenté de la même manière que les biens industriels et donc ces prix n'influençaient pas la valeur globale des exportations de biens culturels comme ils le faisaient avec les exportations de biens industriels[10].

La balance commerciale du Canada se détériore

Dans l'ensemble, la demande canadienne de biens culturels importés l'emporte sur la demande étrangère de produits culturels canadiens. Le déficit commercial est demeuré assez constant pendant la période allant de 1996 à 2005, se situant à environ 1,6 milliards de dollars par année. On ne peut cependant pas en dire autant du commerce des biens culturels avec la Chine. Le déficit commercial du Canada dans le commerce de la culture avec la Chine a grimpé régulièrement, passant de 75 millions de dollars en 1996 à 265 millions de dollars en 2005 (tableau 4).

10. Statistique Canada, « Commerce international des marchandises revue annuelle, 2005 », Catalogue no. 65-208-XIF, disponible à : http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=65-208-XIF.

Figure 3
La balance commerciale du Canada avec la Chine s'est détériorée au cours de la période visée

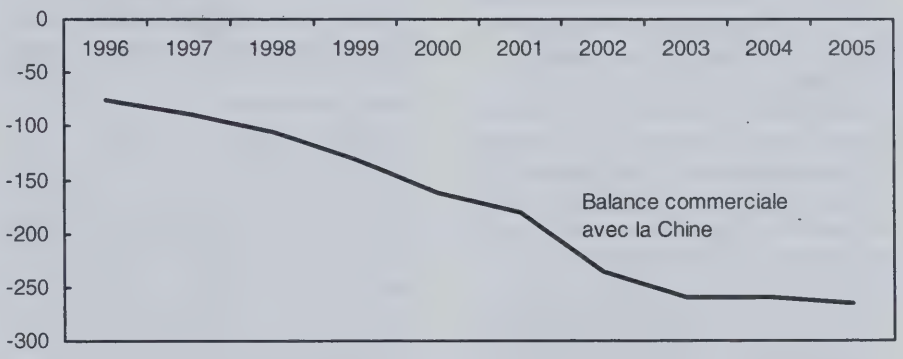


Tableau 4
Déficit commercial du Canada au chapitre des biens culturels (5 pays principaux)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
						$000				
Importations										
États-Unis	2 625 742	2 865 474	3 003 638	2 993 441	3 024 673	3 103 894	3 204 407	3 153 722	3 060 979	3 068 503
Chine	78 273	92 107	109 697	137 125	165 975	186 365	243 473	269 713	275 172	277 984
France	126 779	137 790	151 593	156 965	162 590	159 145	170 553	178 870	189 680	231 279
Royaume-Uni	117 155	146 799	150 271	146 551	161 516	161 735	169 395	189 285	141 470	150 292
Japon	18 653	19 894	20 283	20 087	21 685	19 191	17 032	22 219	33 048	35 707
Total	**3 098 932**	**3 405 200**	**3 608 843**	**3 648 193**	**3 729 805**	**3 855 554**	**4 028 850**	**4 065 201**	**3 934 285**	**4 039 277**
Exportations										
États-Unis	1 117 706	1 237 768	1 550 052	1 789 456	2 008 077	2 184 824	2 358 089	2 309 936	2 210 267	2 126 928
Chine	3 562	3 891	4 936	5 742	4 763	6 107	8 331	10 940	15 476	13 039
France	18 206	17 212	16 639	22 077	11 688	12 555	9 726	25 890	26 818	38 431
Royaume-Uni	23 658	29 687	20 179	20 149	26 794	16 342	16 526	25 831	54 374	66 867
Japon	4 030	13 229	19 534	14 262	8 626	17 119	9 473	19 291	12 618	11 241
Total	**1 254 453**	**1 377 138**	**1 672 567**	**1 894 917**	**2 103 277**	**2 286 876**	**2 458 042**	**2 465 578**	**2 398 350**	**2 373 762**
Déficit										
États-Unis	-1 508 036	-1 627 706	-1 453 586	-1 203 985	-1 016 596	-919 070	-846 318	-843 786	-850 712	-941 575
Chine	-74 711	-88 216	-104 761	-131 383	-161 212	-180 258	-235 142	-258 773	-259 696	-264 945
France	-108 573	-120 578	-134 954	-134 888	-150 902	-146 590	-160 827	-152 980	-162 862	-192 848
Royaume-Uni	-93 497	-117 112	-130 092	-126 402	-134 722	-145 393	-152 869	-163 454	-87 096	-83 425
Japon	-14 623	-6 665	-749	-5 825	-13 059	-2 072	-7 559	-2 928	-20 430	-24 466
Déficit commercial total	**-1 844 479**	**-2 028 062**	**-1 936 276**	**-1 753 276**	**-1 626 528**	**-1 568 678**	**-1 570 808**	**-1 599 623**	**-1 535 935**	**-1 665 515**

Source : Statistique Canada, Commerce de biens de la culture, nº 87-007-XIF au catalogue.

La Chine constituait, après les États-Unis, la deuxième principale source de déficit dans le commerce de biens culturels en 2005. En outre, le déficit avec la Chine a augmenté plus qu'avec tout autre partenaire commercial entre 1996 et 2005. La part chinoise du déficit canadien dans le commerce de biens culturels est passée de 4 % à 16 % pendant la période, tandis que celle des États-Unis a été ramenée de 82 % à 57 %. Bien que tous les sous-secteurs de la culture aient affiché un déficit commercial avec la Chine en 2005, les œuvres écrites et publiées ont représenté cette année-là environ 60 % du déficit commercial total dans le secteur de la culture, soit 160 millions de dollars.

Conclusion

Le commerce des biens culturels entre le Canada et la Chine s'est accru de façon importante pendant la période de 1996 à 2005. Les importations ont grimpé de 78,3 millions de dollars à 278 millions de dollars pendant la période, tandis que les exportations ont augmenté de 3,6 millions de dollars en 1996 à 13 millions en 2005. Cette croissance du commerce s'est produite surtout de 1996 à 2003, avant de faire une pause en 2004 et en 2005.

Quel sera l'avenir du commerce du Canada avec la Chine? La réponse dépend beaucoup de la nature de la croissance économique de la Chine. Or, depuis 10 ans, les échanges croissants avec la Chine sont une priorité des gouvernements fédéral et provinciaux du Canada, qui ont parrainé plusieurs missions commerciales à destination de l'énorme marché asiatique. En octobre 2005, le gouvernement canadien a annoncé qu'il souhaitait investir dans une stratégie de la porte d'entrée du Pacifique pour améliorer l'infrastructure des transports et favoriser les liens commerciaux avec l'Asie.

L'intégration de la Chine dans l'économie mondiale est l'un des événements les plus importants de la dernière décennie. Pour la plupart des pays, cela s'est traduit par l'augmentation des importations de biens à bas prix et de produits en série[11]. Étant donné la vigueur continue du dollar canadien en la première moitié de 2006, il est probable que le commerce avec la Chine progresse encore. Si la tendance se maintient, la Chine deviendra un partenaire de plus en plus important du Canada dans le commerce de la culture.

11. Francine Roy, Statistique Canada, *Échanges commerciaux du Canada avec la Chine*, juin 2005, disponible à : http://www.statcan.ca/francais/freepub/11-010-XIB/0060511-010-XIB_f.htm.

Vik Singh était auparavant analyste pour le Programme de la statistique de la culture. **Miles Rowat** était auparavant analyste pour la Division du commerce international.

□

Une nouvelle culture pour le Programme de la statistique culturelle

Mary Cromie et
Marla Waltman Daschko

À Statistique Canada, le Programme de la statistique culturelle (PSC) constitue la principale source d'analyse du secteur culturel depuis sa création en 1972. Il conservera ce rôle, mais en modifiant largement sa façon de recueillir les données culturelles et, en réalité, ces données elles-mêmes. Le présent article vise à informer les utilisateurs de ces données de l'ampleur des changements à venir et de la manière dont le PSC relève les défis de cette période de transition.

En quoi le PSC change-t-il?

En 2003, la direction de Statistique Canada a jugé qu'il fallait apporter au PSC des changements qui lui permettraient de parvenir à une double fin de stabilité et d'efficience. Il s'agissait notamment d'adopter les méthodes d'enquête en usage dans tout l'organisme et de faire passer certaines étapes de la démarche d'enquête à une autre division, la Division des industries de service (DIS) en l'occurrence. On jugeait aussi qu'il était possible de procéder à ces changements en maintenant, voire en accroissant la qualité des données. Autre aspect de ce mouvement de transformation, il y a ce qu'on a appelé l'Initiative de rationalisation de la statistique de la culture; par là, on entendait dégager les employés du PSC des tâches de collecte et de traitement pour qu'ils se consacrent davantage aux travaux d'analyse.

Que veulent dire ces changements apportés au PSC?

Des années durant, le PSC a dû composer tant bien que mal avec l'insuffisance de ses ressources, puisque les sources de financement extérieur étaient restreintes et instables. Les coûts ont monté parce que les nouvelles entreprises se sont multipliées dans la plupart des sous-secteurs de la culture, tout comme les coûts unitaires de collecte de données. De plus, des compressions budgétaires internes ont nécessité la réduction de la production de données d'enquête. Non seulement nous ne pouvions plus produire de données annuelles pour tous les domaines d'enquête, mais ces dernières années des enquêtes ont dû être retardées ou tout bonnement annulées pour que le programme respecte ses contraintes budgétaires, ce qui devait mener à des plaintes des utilisateurs au sujet du manque d'actualité et des décalages de l'information produite.

Signalons enfin que le PSC n'a jamais adopté certaines des méthodes d'enquête qui ont cours partout ailleurs à Statistique Canada : utilisation du Registre des entreprises, recours à des enquêtes par échantillonnage (plutôt qu'à des recensements), application du codage SCIAN (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord) à la définition des populations observées, alimentation en données du Système de comptabilité nationale et production uniforme de données annuelles (ou bisannuelles).

Comment a-t-on géré cette intégration?

La grande décision a été de faire passer les activités de collecte et de traitement des données à la Division des industries de service. Cet important changement a nécessité une liaison suivie entre ces deux divisions de

Statistique Canada, le but étant de veiller à la souplesse et à la transparence relative des transitions. C'est ainsi qu'on a chargé de nombreux groupes de travail d'étudier en détail les défis et les changements énormes que présente l'adoption des meilleures pratiques à Statistique Canada. Plus précisément, il y a eu un groupe pour le contenu des nouveaux questionnaires, un autre pour l'amélioration des enregistrements d'établissements culturels dans le Registre des entreprises, d'autres encore pour l'échantillonnage et les calendriers et procédures de collecte et de traitement et un enfin pour les plans de diffusion et d'analyse.

Contenu

Parallèlement au passage à la DIS des tâches de collecte des données culturelles, cette division vient de terminer une année où elle a travaillé à la plus grande harmonisation possible du contenu de toutes ses autres enquêtes. Il s'agissait de rationaliser les systèmes de collecte, de traitement et de vérification de sorte qu'il soit plus facile aux enquêtés de remplir les questionnaires, que les données soient plus comparables pour un grand nombre d'industries et qu'on puisse répondre à tous les besoins en données du Système de comptabilité nationale. Le PSC a profité de l'occasion pour examiner toutes les questions des neuf enquêtes qui sont visées par la réorganisation du secteur culturel. Il s'agissait d'éliminer toutes les questions là où le besoin en données des utilisateurs ou des chercheurs n'était pas démontré. Nous aspirions également à rendre plus homogènes les types de données à obtenir dans toutes les enquêtes sur la culture. Avant cet exercice, il était difficile d'examiner un concept à l'échelle de nos enquêtes, puisque chacune avait évolué indépendamment dans le temps et que notions et questions variaient selon les questionnaires. Dans le nouveau cadre de collecte de la DIS, les questions sur les recettes et les dépenses sont aujourd'hui normalisées, tout comme les questions sur le personnel, les opérations internationales de services et la ventilation provinciale des flux de revenus et de dépenses. Tous les questionnaires ont été établis en consultation avec nos principaux clients et mis à l'essai auprès d'un échantillon d'éventuels répondants.

Registre des entreprises

Un autre groupe de travail a amélioré les bases de sondage (c'est-à-dire les listes d'enquêtés possibles) des diverses enquêtes par un vaste exercice de mise à jour et de correction portant sur les établissements du Registre des entreprises (RE). Cette base de données comporte plus de deux millions d'entrées et tient compte des entreprises de tous les secteurs de l'économie canadienne. Comme le PSC avait toujours tenu son propre répertoire d'entreprises dans ses domaines d'enquête, les entrées du RE pour les industries culturelles n'avaient pas été vérifiées et étaient d'une qualité incertaine. Il a fallu travailler fort pour actualiser le Registre à l'aide des listes d'entreprises du PSC.

Dans le nouveau programme d'enquête, on recueillera des données sur les industries plutôt que sur les activités. Par le passé, nous avions voulu repérer les activités culturelles, qu'elles aient lieu ou non dans un établissement qu'on avait l'habitude de qualifier de culturel. Ainsi, une université pouvait tenir de grandes archives d'intérêt historique, mais celles-ci n'apparaissaient pas nécessairement dans le Registre des entreprises (RE) comme établissement distinct. Ces archives faisaient tout simplement partie du code de l'industrie de l'éducation, étant donné qu'il s'agit du code de l'industrie primaire de l'université. Dans ce cas-ci, il n'y aura plus de données sur les archives en question dans notre enquête sur les établissements à vocation patrimoniale. Là où il était néanmoins possible de déclarer les données pour des établissements distincts, nous avons tâché de créer de tels établissements dans le RE de manière à inclure dans la mesure du possible les activités culturelles qui demeureraient autrement invisibles dans un ensemble plus vaste.

Ajoutons que le nouveau *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*[1] nous dicte la définition des industries qui se rattachent à un de nos domaines d'enquête. L'utilisation de ce cadre exige l'emploi du codage SCIAN. L'enquête qui porte sur l'industrie de l'enregistrement sonore, par exemple, sera étendue à des activités qui n'ont pas été appréhendées jusqu'ici. Nous recueillerons des données non seulement sur les entreprises de production de disques, mais aussi sur les entreprises intégrées de production et de distribution, les studios de son, les éditeurs de musique et les entreprises de prestation d'autres services d'enregistrement sonore. De même, dans le domaine des arts d'interprétation, nous nous intéresserons non seulement au secteur sans but lucratif, mais aussi aux sociétés commerciales d'arts de la scène.

Enquêtes par échantillonnage

Un autre groupe de travail s'est occupé des questions d'échantillonnage. Le PSC a toujours mené des recensements des activités et des établissements culturels et a donc toujours envoyé des questionnaires à tous les établissements qui lui étaient connus. Un grand nombre d'entreprises ont donc eu l'obligation de répondre chaque fois à nos questionnaires. Dans le sens même des procédures normalisées de Statistique Canada et par souci de restreindre les coûts de collecte et de traitement dans un contexte d'accroissement constant du nombre d'entreprises culturelles, nous avons choisi d'enquêter auprès d'un échantillon représentatif de ces entreprises; il nous a fallu étudier en profondeur quelles grandes variables représentaient le mieux la nature d'une industrie et pouvaient servir de critères d'échantillonnage. Ces variables clés ne revêtent souvent aucun caractère financier contrairement à celles de la majorité des enquêtes qui se font à Statistique Canada. Dans la plupart des enquêtes-entreprises, on s'attache à des variables financières comme celles du revenu, des recettes et des coûts de main-d'œuvre. Il est peu

1. Statistique Canada (2004), « Cadre canadien pour les statistiques culturelles », *Série de documents de recherche*, publication nº 81-595-MIF2004021 au catalogue, Statistique Canada, document consultable à l'adresse http://dissemination.statcan.ca:8083/français/research/81-595-MIF/81-595-MIF2004021.pdf.

fréquent qu'on recueille des données détaillées sur les produits réalisés par une entreprise et leurs caractéristiques (type de produits, contenu canadien, langue, etc.). Ce sont, bien sûr, des caractéristiques d'une extrême importance pour la mesure de la culture dans notre pays, et nous nous sommes donc largement efforcés de continuer à recueillir ces renseignements dans toute la mesure possible.

Nous espérons répondre à ce besoin qui nous est particulier par plusieurs méthodes. En règle générale, Statistique Canada ne fait pas enquête auprès des plus petits établissements d'une industrie à cause du fardeau de réponse qu'il se trouve à leur imposer. Pour le secteur culturel, nous n'en avons pas moins abaissé le seuil de taille d'entreprise (selon les recettes), c'est-à-dire la ligne de démarcation au-dessous de laquelle nous ne faisons pas enquête. Nous avons accru les tailles d'échantillon pour bien tenir compte des établissements aux caractéristiques plus rares (comme dans le domaine de l'édition enfantine). Enfin, en ayant soin d'ajouter des unités déterminées à un échantillon, nous avons gardé la possibilité de choisir des entreprises importantes d'un point de vue culturel, et non pas du seul point de vue financier.

Collecte et traitement

Nous avons chargé un groupe de travail de s'assurer que les nouvelles procédures de collecte des données aux fins des enquêtes sur la culture vont bien dans le sens des changements recherchés. La documentation qui est postée aux enquêtés avec les nouveaux questionnaires a été adaptée aux différences de forme et de fond des enquêtes. Certains de nos enquêtés répondent depuis bien des années au même questionnaire de base et les nouveaux questionnaires s'écartent maintenant de ce à quoi ils sont habitués. Nous y avons donc vu une difficulté à aplanir.

Diffusion et analyse

La grande priorité pour le PSC est de produire des données et des éléments d'analyse de grande qualité et de veiller à l'accessibilité immédiate de cette information pour le public. Nous conserverons cette priorité, bien que l'Initiative de rationalisation de la statistique de la culture ait de vastes conséquences sur le rôle de la PSC, les utilisateurs de nos données (depuis les clients occasionnels jusqu'aux clients de première importance), la Division des industries de service et un certain nombre d'autres divisions de Statistique Canada. Le PSC restera le centre d'excellence de l'organisme en ce qui concerne le secteur culturel canadien. Nous avons constitué un groupe de travail pour les questions de diffusion et d'analyse et l'avons chargé d'examiner et de coordonner les contacts avec les utilisateurs et les modes d'analyse et de diffusion des données issues des nouveaux questionnaires.

Le PSC pourra désormais faire plus d'analyse que jamais auparavant, puisque nos tâches de collecte, de traitement et de production sont passées à la DIS. Notre espoir est de multiplier les analyses en intégration, ce sur quoi nous avons mis en fait le cap depuis environ une demi-douzaine d'années. Ainsi, dans un article de *La culture en perspective*, nous pourrions regarder les industries cinématographiques de production et de postproduction et voir comment leur activité influe sur l'industrie cinématographique de la distribution, ce qui a à son tour une incidence sur la fréquentation des cinémas. La chose sera possible puisque bien des éléments d'information de nos enquêtes se répéteront dans les nouveaux questionnaires. Ajoutons que l'Enquête sur les dépenses des ménages pourrait nous livrer un complément d'information sur ce que dépensent les Canadiens en salles de cinéma, en vidéos, en services de télévision par satellite, etc. Nous pourrions sonder les liens entre toutes les parties de la grande industrie cinématographique et tous les aspects du secteur de la radiodiffusion. Nous produirons des recherches d'intérêt pour les politiques et pour le monde de la culture. Le PSC aura un plus grand rôle en recherche, mais nous n'oublions pas pour autant les compétences en analyse de la Division des industries de service. Il y aura en fait deux secteurs de Statistique Canada où la culture fera l'objet d'analyses.

Les besoins en données de nos utilisateurs sont toujours une priorité de l'organisme. Dans tout ce projet d'intégration, un des gestes les plus importants du PSC a été de garantir que des données de séries chronologiques seraient disponibles malgré les changements de populations d'enquête, le recours à l'échantillonnage et l'utilisation d'une autre base de sondage. Cette garantie à donner a fait que les spécialistes des méthodes à Statistique Canada ont dû travailler fort pour trouver les moyens de reproduire les données pour les nouvelles populations d'enquête, c'est-à-dire de représenter ce que ces données auraient été dans les deux dernières années d'enquête si nos nouvelles procédures avaient été en place. Nous avons réussi dans cette tâche et ce que nous appelons des données d'extrapolation rétrospective seront disponibles pour chacune des enquêtes actuellement produites.

Notre horizon s'élargit en recherche et, en même temps, ce groupe de travail étudie les meilleurs moyens de mettre l'information et l'analyse culturelles à la disposition de nos utilisateurs. À cet égard, tant le *Guide de la statistique de la culture* (publication nº 87-008 au catalogue) que *La culture en perspective* demeureront nos principaux produits.

Il n'y a pas que les changements déjà évoqués, puisque nous sommes en voie de modifier *La culture en perspective*. Une nouvelle version électronique sera introduite à l'automne de 2006. Le présent numéro de *La culture en perspective* est le dernier qui sera diffusé sur papier et en version PDF. Le prochain numéro sera uniquement en édition électronique et en format HTML. Avec ce nouveau format, nous aurons plus de souplesse tant pour le contenu que pour les délais. Nous rembourserons les abonnés de la version papier de ce qu'ils auront payé pour les numéros qui ne paraîtront pas. La Division du marketing fera connaître le détail de ces changements aux clients. Dans les prochains numéros de *La culture en perspective*, nous vous informerons des autres changements apportés à la diffusion de nos produits et services.

Disons en conclusion que nous sommes nettement au milieu d'un grand mouvement de transformation du Programme de la statistique culturelle. Nous savons que les données issues de ce mouvement ne répondront pas nécessairement aux besoins de tous nos utilisateurs, mais nous pouvons affirmer avoir fait tout ce qu'il fallait pour optimiser les avantages qu'offre cette intégration et pour réduire les inconvénients au minimum.

Mary Cromie est chef de sous-section de l'analyse sociale et des publications du Programme de la statistique culturelle. **Marla Waltman Daschko** est chef du Programme de la statistique de la culture.

□

Données provinciales et territoriales

En général, lors de l'analyse des données, nous n'observons que le portrait national et ce, sans porter une attention particulière aux tendances de certaines provinces ou de certains territoires. Afin de mettre plus de données régionals à la disposition de nos utilisateurs, nous prévoyons intégrer des données provinciales et territoriales à chaque édition de *La culture en perspective*. Pour la présente édition, nous avons choisi d'inclure les plus récentes données diffusées reliées de l'Enquête sur les cinémas.

Cinémas et ciné-parcs, 2003-2004

	T.-N.-L.	Î.-P.-É.	N.-É.	N.-B.	Qc	Ont.	Man.	Sask.	Alb.	C.-B.	Yn, T.N.-O. et Nt	Canada
Nombre de cinémas												
Cinémas ordinaires	13	3	19	12	115	159	32	40	77	98	6	574
Ciné-parcs	0	2	3	4	14	18	4	6	1	2	0	54
Total	13	5	22	16	129	177	36	46	78	100	6	628
Entrées payantes (000)												
Cinémas ordinaires	1 270	x	x	1 943	28 555	43 251	4 591	3 296	x	x	325	118 161
Ciné-parcs	0	x	x	42	694	466	59	66	x	x	0	1 477
Total	1 270	593	3 581	1 986	29 249	43 716	4 650	3 362	14 654	16 251	325	119 637
Prix moyen des billets ($)												
Cinémas ordinaires	7,01	x	x	7,20	6,83	8,21	5,77	5,42	x	x	6,79	7,45
Ciné-parcs	0	x	x	7,31	6,57	9,24	7,06	5,46	x	x	0	7,54
Prix moyen des billets	7,01	6,62	7,26	7,20	6,83	8,22	5,79	5,42	7,24	7,76	6,79	7,45
Nombres d'écrans												
Cinémas ordinaires	31	x	x	50	746	988	98	111	x	x	13	2 896
Ciné-parcs	0	x	x	4	32	28	4	8	x	x	0	84
Total	31	16	96	54	778	1 016	102	119	371	384	13	2 980
Nombre de sièges/automobiles												
Cinémas ordinaires (sièges)	8 095	x	x	11 404	153 848	235 949	24 008	22 842	x	x	1 868	660 872
Ciné-parcs (automobiles)	0	x	x	1 231	16 749	8 676	1 546	2 667	x	x	0	33 625
Recettes - cinémas ordinaires ($ 000)												
Recettes provenant des entrées	7 746	3 506[1]	22 622[1]	12 176	180 880	333 261	24 646	17 004	106 134[1]	126 081[1]	2 208	835 152
Recettes de concessions et autres	4 799	1 958[1]	12 384[1]	6 368	71 105	144 439	14 135	10 159	53 671[1]	51 320[1]	1 530	371 270
Total	12 545	5 464[1]	35 006[1]	18 543	251 890	477 701	38 781	27 163	159 805[1]	177 401[1]	3 738	1 206 328
Recettes- ciné-parcs ($ 000)												
Recettes provenant des entrées	0	x[1]	x[1]	270	4 257	3 987	396	358	x[1]	x[1]	0	10 379
Recettes de concessions et autres	0	x[1]	x[1]	148	4 713	1 421	163	163	x[1]	x[1]	0	7 205
Total	0	x[1]	x[1]	418	8 969	5 408	559	522	x[1]	x[1]	0	17 584
Dépenses - total ($ 000)												
Cinémas ordinaires	10 200	x	x	15 407	269 607	457 037	36 133	23 403	x	x	3 400	1 153 627
Ciné-parcs	0	x	x	532	8 108	4 292	458	511	x	x	0	15 557
Total	10 200	4 664	29 507	15 938	277 715	461 329	36 591	23 914	139 790	166 136	3 400	1 169 184

Cinémas et ciné-parcs, 2003-2004 – fin

	T.-N.-L.	Î.-P.-É.	N.-É.	N.-B.	Qc	Ont.	Man.	Sask.	Alb.	C.-B.	Yn, T.N.-O. et Nt	Canada
Emploi - Cinémas ordinaires												
Plein temps	17	7[1]	44[1]	21	445	679	45	56	313[1]	249[1]	8	1 871
Temps partiel	156	79[1]	571[1]	246	3 092	5 946	533	398	1 766[1]	2 142[1]	94	14 961
Propriétaires actifs et travailleurs familiaux	5	5[1]	3[1]	14	65	38	22	25	40[1]	32[1]	0	242
Emploi - Ciné-parcs												
Plein temps	0	x[1]	x[1]	5	55	14	2	0	x[1]	x[1]	0	89
Temps partiel	0	x[1]	x[1]	23	230	177	25	41	x[1]	x[1]	0	558
Propriétaires actifs et travailleurs familiaux	0	x[1]	x[1]	3	10	20	4	18	x[1]	x[1]	0	62
Salaires et avantages sociaux ($ 000)												
Cinémas ordinaires	1 805	x	x	2 296	37 902	59 451	5 025	4 252	x	x	802	160 458
Ciné-parcs	0	x	x	160	2 078	749	73	84	x	x	0	3 569
Total	1 805	709	4 762	2 455	39 980	60 200	5 098	4 336	20 070	23 811	802	164 027
Marge bénéficiaire (% des recettes totales)												
Cinémas ordinaires	18,7	x	x	16,9	-7,0	4,3	6,8	13,8	x	x	9,0	4,4
Ciné-parcs	0	x	x	-27,3	9,6	20,6	18,0	2,1	x	x	0	11,5
Total	18,7	14,6	15,7	15,9	-6,5	4,5	7,0	13,6	12,5	6,3	9,0	4,5

0 zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique
1. les données combinées des cinémas ordinaires et des ciné-parcs sont indiquées à la rubrique cinémas ordinaires.
Source : Statistique Canada : Cinémas et ciné-parcs : tableaux de données, nº 87F0009XIF au catalogue.

SAVIEZ-VOUS QUE? Nouvelles données de l'Enquête sur l'enregistrement sonore, 2003

L'industrie de l'enregistrement sonore au Canada a obtenu ses pires résultats financiers en six ans en 2003, en raison des faibles ventes, de la diminution du nombre de nouveaux enregistrements lancés et d'une forte chute des bénéfices. Au total, les étiquettes canadiennes ont généré un peu plus de 708,7 millions de dollars de revenus provenant des ventes, soit 17,7 % de moins que le niveau de 2000 et 20,5 % de moins que le sommet atteint en 1998.

Profil de l'industrie de l'enregistrement sonore

	1998	2000	2003
		nombre	
Nombre d'entreprises	280	331	300
Nombre de nouveaux enregistrements	6 728	6 654	5 619
Artistes canadiens	1 023	1 034	904
Autres	5 705	5 620	4 715
Emploi (comprend les pigistes)	3 377	3 305	3 078
		en millions de dollars	
Ventes nettes d'enregistrements	891,6	861,4	708,7
Ventes d'enregistrements d'artistes canadiens	154,0	138,0	110,4
Autres ventes d'enregistrements	737,6	723,4	598,4
Autres recettes	432,2	457,9	444,5
Recettes totales	1 323,9	1 319,3	1 153,2
Dépenses totales	1 134,0	1 161,7	1 122,7
Bénéfices ou pertes avant impôt	189,8	157,6	30,5
Salaires, avantages sociaux et honoraires des pigistes	149,8	167,6	153,5

Profil des entreprises sous contrôle étranger

	1998	2000	2003
		nombre	
Nombre d'entreprises	17	16	13
Nombre de nouveaux enregistrements	4 778	4 603	3 653
Artistes canadiens	202	166	100
Autres	4 576	4 437	3 553
Emploi (comprend les pigistes)	2 402	2 103	1 644
		en millions de dollars	
Ventes nettes d'enregistrements	788,2	749,3	600,0
Ventes d'enregistrements d'artistes canadiens	75,5	74,0	44,2
Autres ventes d'enregistrements	712,7	675,3	555,8
Autres recettes	365,0	381,1	315,6
Recettes totales	1 153,2	1 130,4	915,6
Dépenses totales	977,5	986,3	886,2
Bénéfices ou pertes avant impôt	175,7	144,1	29,5
Salaires, avantages sociaux et honoraires des pigistes	127,9	135,7	115,1

Profil des entreprises sous contrôle canadien

	1998	2000	2003
		nombre	
Nombre d'entreprises	263	315	287
Nombre de nouveaux enregistrements	1 950	2 051	1 966
Artistes canadiens	821	868	804
Autres	1 129	1 183	1 162
Emploi (comprend les pigistes)	975	1 202	1 434
		en millions de dollars	
Ventes nettes d'enregistrements	103,4	112,1	108,7
Ventes d'enregistrements d'artistes canadiens	78,5	63,9	66,1
Autres ventes d'enregistrements	24,9	48,2	42,5
Autres recettes	67,2	76,8	128,9
Recettes totales	170,6	188,9	237,6
Dépenses totales	156,5	175,4	236,5
Bénéfices ou pertes avant impôt	14,1	13,5	1,1
Salaires, avantages sociaux et honoraires des pigistes	22,0	31,9	38,3

Sommes-nous à la hauteur...

Nous espérons que *La culture en perspective* est instructive et utile pour vous. Votre point de vue à l'égard des données et des analyses comprises dans le présent numéro ou les numéros précédents nous importe beaucoup. Nous souhaitons répondre à vos besoins en données statistiques and nous nous fions à vos commentaires pour planifier de nouvelles analyses en vue des numéros à venir. Par conséquent, nous nous saurions gré de nous faire savoir si nous sommes à la hauteur.

Prière d'envoyer vos commentaires à l'adresse suivante:

Alice Peters, rédactrice en chef
La culture en perspective
Programme de la statistique culturelle
Statistique Canada
Ottawa, ON
K1A 0T6

- **Téléphone :** (613) 951-4086
- **Télécopieur :** (613) 951-1333
- **Courrier électronique :** alice.peters@statcan.ca

Renseignez-vous...

Pour plus de renseignements sur les totalisations spéciales ou le contenu de certaines enquêtes, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, veuillez communiquez avec le Service à la clientèle, Culture, tourisme et centre de la statistique de l'éducation :

- **Téléphone :** sans frais au Canada et aux États-Unis, au 1 800 307-3382 ou (613) 951-7608
- **Télécopieur :** (613) 951-9040
- **Courriel :** cult.tourstats@statcan.ca

D'autres publications du programme de la statistique culturelle...

87-008-GIF *Guide de la statistique de la culture*, disponible sans frais à: http://dissemination.statcan.ca/francais/IPS/Data/87-008-GIF.htm

Pour commander des publications :

- **Téléphone :** sans frais, composez le 1 800 267-6677
- **Télécopieur :** 1 877 287-4369
- **Courriel :** order@statcan.ca
- **TDD :** 1 800 363-7629

Vous déménagez?

N'oubliez pas de nous le faire savoir. Veuillez faire parvenir les renseignements nécessaires (nom de l'abonné, ancienne adresse, nouvelle adresse, numéro de téléphone et numéro de référence du client) à:

Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
Statistique Canada
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Note de reconnaissance
Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" —"Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.
♾

La culture en perspective

Rédactrice en chef :
Alice Peters
Téléphone : (613) 951-4086
Courriel : alice.peters@statcan.ca

Composition et production :
Division de la diffusion, Statistique Canada

Imprimerie : Centre d'impression, Statistique Canada

Renseignements sur les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 87-004-XPB au catalogue est publié trimestriellement en version imprimée standard et est offert au prix de 10 $ CAN l'exemplaire et de 29 $ CAN pour un abonnement annuel. ISSN 0843-7548

Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 $ CAN	24 $ CAN
Autres pays	10 $ CAN	40 $ CAN

Le produit n° 87-004-XIF au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à www.statcan.ca et de choisir la rubrique Nos produits et services. Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer le numéro national sans frais au : 1 800 263-1136

Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à **www.statcan.ca** et en choisissant la rubrique Produits et services.
ISSN 1492-7632

Juin 2006

Droit d'auteur
Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 2006. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, (Ontario), Canada K1A 0T6.

Normes de service à la clientèle
Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

OTHER PUBLICATIONS FROM THE CULTURE STATISTICS PROGRAM...

87-008-GIE *Guide to culture statistics*, available free at:
http://dissemination.statcan.ca/english/IPS/Data/87-008-GIE.htm

To order publications, in Canada and United States please:

Telephone:	Call the national order line toll-free: 1-800-267-6677
Fax:	(613) 951-9040
Internet:	order@statcan.ca
National TDD Line:	1-800-363-7629

IF YOU'RE ON THE MOVE...

Make sure we know where to find you. Please forward the necessary information (subscriber name, old address, new address, telephone number and client reference number) to:

Operations and Integration Division
Circulation Management
Statistics Canada
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Note of appreciation
Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.
∞

Focus on Culture

Editor-in-Chief:
Alice Peters
Telephone: (613) 951-4086
E-mail: alice.peters@statcan.ca

Composition and production:
Dissemination Division, Statistics Canada

Printing: Statistics Canada Printing Centre

Subscription Information

All prices exclude sales tax

Focus on Culture (Catalogue no. 87-004-XPB) is published quarterly as a standard printed publication at a price of CDN $10.00 per issue and CDN $29.00 for a one-year subscription. ISSN 0843-7548

The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN $6.00	CDN $24.00
Other countries	CDN $10.00	CDN $40.00

This product, catalogue no. 87-004-XIE, is available for free in electronic format. To obtain a single issue, visit our website at www.statcan.ca and select Our Products and Services. For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling our toll free National inquiry line at : 1 800 263-1136.

ISSN 1481-1030

June 2006

Copyright
Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 2006. All rights reserved. Use of this product is limited to the licensee and its employees. The product cannot be reproduced and transmitted to any person or organization outside of the licensee's organization.

Reasonable rights of use of the content of this product are granted solely for personal, corporate or public policy research, or educational purposes. This permission includes the use of the content in analyses and the reporting of results and conclusions, including the citation of limited amounts of supporting data extracted from the data product in these documents. These materials are solely for non-commercial purposes. In such cases, the source of the data must be acknowledged as follows: Source (or "Adapted from", if appropriate): Statistics Canada, name of product, catalogue, volume and issue numbers, reference period and page(s). Otherwise, users shall seek prior written permission of Licensing Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

Standards of service to the public
Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Profile of Canadian-controlled companies

	1998	2000	2003
		number	
Number of companies	263	315	287
Number of new releases	1,950	2,051	1,966
By Canadian artists	821	868	804
Other	1,129	1,183	1,162
Employment (includes freelancers)	975	1,202	1,434
		$ millions	
Net sales of recordings	103.4	112.1	108.7
Sales of recordings by Canadian artists	78.5	63.9	66.1
Other sales of recordings	24.9	48.2	42.5
Other revenues	67.2	76.8	128.9
Total revenue	170.6	188.9	237.6
Total expenses	156.5	175.4	236.5
Profit/loss before taxes	14.1	13.5	1.1
Salaries, benefits and freelancer fees	22	31.9	38.3

HOW ARE WE DOING?

We hope you find this bulletin both informative and useful. Your views on the information and analysis contained in this issue, or previous issues, of *Focus on Culture* are important as they help us to meet your needs for information about culture in Canada. Please let us know how we are doing.

Send your comments to:

Alice Peters, Editor-in-chief
Focus on Culture
Culture Statistics Program
Statistics Canada
Ottawa, ON
K1A 0T6
Telephone: (613) 951-4086
Fax: (613) 951-1333
E-mail: alice.peters@statcan.ca

HOW TO FIND OUT MORE...

For information on special data tabulations, the content of specific surveys, concepts, methods or data quality, please contact Client Services, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics by:

- **Telephone:** Toll-free at 1 800 307-3382 or (613) 951-7608
- **Fax:** (613) 951-9040; or
- **E-mail:** cult.tourstats@statcan.ca

DID YOU KNOW? New data from the Sound Recording Survey, 2003

The Canadian sound recording industry experienced its worst financial performance in six years in 2003 in the wake of bleak sales, declining new releases and a huge drop in profits. In total, Canadian labels reported just over $708.7 million in revenue from the sale of recordings. This was 17.7% below the level in 2000 and 20.5% below the peak in 1998.

Profile of the sound recording industry

	1998	2000	2003
		number	
Number of companies	280	331	300
Number of new releases	6,728	6,654	5,619
By Canadian artists	1,023	1,034	904
Other	5,705	5,620	4,715
Employment (includes freelancers)	3,377	3,305	3,078
		$ millions	
Net sales of recordings	891.6	861.4	708.7
Sales of recordings by Canadian artists	154	138	110.4
Other sales of recordings	737.6	723.4	598.4
Other revenues	432.2	457.9	444.5
Total revenue	1,323.9	1,319.3	1,153.2
Total expenses	1,134.0	1,161.7	1,122.7
Profit/loss before taxes	189.8	157.6	30.5
Salaries, benefits and freelancer fees	149.8	167.6	153.5

Profile of foreign-controlled companies

	1998	2000	2003
		number	
Number of companies	17	16	13
Number of new releases	4,778	4,603	3,653
By Canadian artists	202	166	100
Other	4,576	4,437	3,553
Employment (includes freelancers)	2,402	2,103	1,644
		$ millions	
Net sales of recordings	788.2	749.3	600
Sales of recordings by Canadian artists	75.5	74	44.2
Other sales of recordings	712.7	675.3	555.8
Other revenues	365	381.1	315.6
Total revenue	1,153.2	1,130.4	915.6
Total expenses	977.5	986.3	886.2
Profit/loss before taxes	175.7	144.1	29.5
Salaries, benefits and freelancer fees	127.9	135.7	115.1

Provincial and territorial data

Often in our analysis of survey data, we look at the national picture only, and do not highlight provincial or territorial patterns. In order to provide more regional data for our users, we are including selected provincial data in each issue of *Focus on Culture*. This time we are presenting recently released data from the Motion Picture Theatres Survey.

Motion Picture Theatres, 2003-2004

	N.L.	P.E.I.	N.S.	N.B.	Que.	Ont.	Man.	Sask.	Alta.	B.C.	Y.T., N.W.T. and Nvt.	Canada
Number of theatres												
Regular theatres	13	3	19	12	115	159	32	40	77	98	6	574
Drive-ins	0	2	3	4	14	18	4	6	1	2	0	54
Total	13	5	22	16	129	177	36	46	78	100	6	628
Paid admissions (000)												
Regular theatres	1,270	x	x	1,943	28,555	43,251	4,591	3,296	x	x	325	118,161
Drive-ins	0	x	x	42	694	466	59	66	x	x	0	1,477
Total	1,270	593	3,581	1,986	29,249	43,716	4,650	3,362	14,654	16,251	325	119,637
Average ticket price ($)												
Regular theatres	7.01	x	x	7.20	6.83	8.21	5.77	5.42	x	x	6.79	7.45
Drive-ins	0	x	x	7.31	6.57	9.24	7.06	5.46	x	x	0	7.54
Total	7.01	6.62	7.26	7.20	6.83	8.22	5.79	5.42	7.24	7.76	6.79	7.45
Number of screens												
Regular theatres	31	x	x	50	746	988	98	111	x	x	13	2,896
Drive-ins	0	x	x	4	32	28	4	8	x	x	0	84
Total	31	16	96	54	778	1,016	102	119	371	384	13	2,980
Number of seats/cars												
Regular theatres(seats)	8,095	x	x	11,404	153,848	235,949	24,008	22,842	x	x	1,868	660,872
Drive-ins(cars)	0	x	x	1,231	16,749	8,676	1,546	2,667	x	x	0	33,625
Revenue - regular theatres ($ 000)												
Admission receipts	7,746	3,506[1]	22,622[1]	12,176	180,880	333,261	24,646	17,004	106,134[1]	126,081[1]	2,208	835,152
Concessions & other	4,799	1,958[1]	12,384[1]	6,368	71,105	144,439	14,135	10,159	53,671[1]	51,320[1]	1,530	371,270
Total	12,545	5,464[1]	35,006[1]	18,543	251,890	477,701	38,781	27,163	159,805[1]	177,401[1]	3,738	1,206,328
Revenue - drive-ins ($ 000)												
Admission receipts	0	x[1]	x[1]	270	4,257	3,987	396	358	x[1]	x[1]	0	10,379
Concessions & other	0	x[1]	x[1]	148	4,713	1,421	163	163	x[1]	x[1]	0	7,205
Total	0	x[1]	x[1]	418	8,969	5,408	559	522	x[1]	x[1]	0	17,584
Expenses - total ($ 000)												
Regular theatres	10,200	x	x	15,407	269,607	457,037	36,133	23,403	x	x	3,400	1,153,627
Drive-ins	0	x	x	532	8,108	4,292	458	511	x	x	0	15,557
Total	10,200	4,664	29,507	15,938	277,715	461,329	36,591	23,914	139,790	166,136	3,400	1,169,184
Employment - regular theatres												
Full-time	17	7[1]	44[1]	21	445	679	45	56	313[1]	249[1]	8	1,871
Part-time	156	79[1]	571[1]	246	3,092	5,946	533	398	1,766[1]	2,142[1]	94	14,961
Working proprietors and family workers	5	5[1]	3[1]	14	65	38	22	25	40[1]	32[1]	0	242
Employment - drive-ins												
Full-time	0	x[1]	x[1]	5	55	14	2	0	x[1]	x[1]	0	89
Part-time	0	x[1]	x[1]	23	230	177	25	41	x[1]	x[1]	0	558
Working proprietors and family workers	0	x[1]	x[1]	3	10	20	4	18	x[1]	x[1]	0	62
Salaries and benefits ($ 000)												
Regular theatres	1,805	x	x	2,296	37,902	59,451	5,025	4,252	x	x	802	160,458
Drive-ins	0	x	x	160	2,078	749	73	84	x	x	0	3,569
Total	1,805	709	4,762	2,455	39,980	60,200	5,098	4,336	20,070	23,811	802	164,027
Profit margin (% of total revenue)												
Regular theatres	18.7	x	x	16.9	-7.0	4.3	6.8	13.8	x	x	9.0	4.4
Drive-ins	0	x	x	-27.3	9.6	20.6	18.0	2.1	x	x	0.0	11.5
Total	18.7	14.6	15.7	15.9	-6.5	4.5	7.0	13.6	12.5	6.3	9.0	4.5

0 true zero or a value rounded to zero
x suppressed to meet the confidentiality requirements of the Statistics Act
1. Combined data for regular and drive-in theatres are reported under regular theatres.
***Source:** Statistics Canada, Movie theatres and drive-ins: data tables, Catalogue no. 87F0009XIE.*

Nonetheless, for culture, we have lowered the minimum company size (based on revenue) that is used as the cut-off, below which we do not survey. Sample sizes were increased to ensure that establishments that represent rarer characteristics (such as children's book publishing) are included in the sample. As well, the addition to the sample of specific units, on an individual basis, will ensure that firms that are important from a culture point of view, and not just a financial point of view, are chosen for each survey.

Collection and processing

A working group was created to ensure that the new data collection procedures for the culture surveys adequately address issues of change. The documentation that is mailed to respondents with the new questionnaires has been tailored to the differences in the look and content of the surveys. Some of our respondents have been completing the same basic questionnaire for years and the new questionnaires represent quite a departure from what they are used to. We have, therefore, recognized this as a concern.

Dissemination and analysis

The key priority of the CSP is to produce high quality data and analysis and to ensure straightforward access to it by the public. Although the streamlining initiative will have far-reaching effects on the role of the CSP, on our data users (ranging from occasional to key clients), on Service Industries Division and on a number of other divisions within STC, this priority will remain. The CSP will continue to be Statistics Canada's centre of subject-matter expertise for the culture sector in Canada. An analysis and dissemination working group has been set up to discuss and coordinate how contact with data users will proceed and how data from the new surveys will be analyzed and disseminated.

The CSP will now be able to focus on analysis more than ever before, as our collection, processing and production roles have been transferred to Service Industries Division. Our hope is to conduct more integrative analysis, which is, in fact, a direction we have been steering towards over the past half dozen years or so. This means, for example, in an article for *Focus on Culture*, we might look at the production and post-production film industries and see how their output affects the film distribution industry, which in turn is reflected in attendance at movie theatres. The fact that many data points in all these surveys will be the same in the re-designed questionnaires will make this possible. As well, the Survey of Household Spending could provide additional information on Canadians' spending on going to the movies, video rentals, the rental of satellite TV services, etc. The interconnections between all parts of the film industry and aspects of the broadcasting sector could be explored. We will be producing policy-relevant research that is of interest to the culture community. At the same time as the CSP's research role will be growing, we are looking forward to the addition to culture research of analytical expertise from Service Industries Division. This means that there will be two areas within the department where culture will be a subject of analysis.

Data needs of our users are always a priority at Statistics Canada. Throughout this integration project, one of the most important initiatives of the CSP has been to guarantee that time series data will be available even though survey populations are changing, samples are used and the names of respondents are drawn from a different source. This guarantee has necessitated extensive work by Statistics Canada's methodologists to devise a means of replicating data for the new survey populations, to reflect what these data would have been for the two previous survey years, if our new procedures had been in place. This so-called "back-casted" data will be available for each of the surveys currently being processed.

At the same time as our research horizon is expanding, the working group is exploring the best vehicles for making culture data and analysis available to our users. Both the *Guide to Culture Statistics* (catalogue no. 87-008) and *Focus on Culture* will continue to be our primary products.

In addition to the changes already discussed, we are in the process of modifying *Focus on Culture*. A new electronic version will be introduced in the fall of 2006. This issue of *Focus on Culture* is the last one that will be published in paper and PDF versions. The next issue will be published electronically only, in an HTML format. The new format will allow for greater flexibility of both content and timing. Subscribers to the paper version will be refunded for any outstanding issues. Clients will be notified by Marketing Division of the details of these changes. In subsequent issues of *Focus*, we will let you know about other changes in the dissemination of our products and services.

In conclusion, we are clearly in the midst of a number of significant changes to the Culture Statistics Program. We are aware of the fact that the data resulting from this transition will not necessarily meet the needs of all of our data users. However, we can say that we have done our very best to capitalize on the advantages that this integrated approach offers and to minimize the drawbacks.

Mary Cromie is the head of Social Analysis and Publications in the Culture Statistics Program. **Marla Waltman Daschko** is the chief of the Culture Statistics Program.

□

Content

Coincidental with the collection activity for culture data moving to Service Industries Division, that Division has just completed a year of work to harmonize, wherever possible, the content of all of its other surveys. The objectives were to streamline collection, processing and editing systems to make questionnaire completion easier for the respondent, produce more comparable data across a large number of industries, and to meet all data needs of the System of National Accounts. The CSP took advantage of this timing to examine all questions in each of the nine surveys that are part of the culture reorganization. The goal was to eliminate all questions where there was no demonstrated user or research data need. We also aspired to create greater consistency across all the culture surveys in the types of data collected. Prior to this exercise, it was difficult to examine a particular concept across our surveys as each had evolved independently over time and concepts and questions were not consistent across all surveys. As part of the new SID collection process, the revenue and expenses questions are now standard, as are questions on personnel, international transactions in services, and provincial breakdowns of revenue and expense streams. All questionnaires were created in consultation with our key clients and were tested on a sample of potential respondents.

Business Register

A second working group improved the frames (list of potential survey respondents) for the individual surveys through extensive updates and corrections to the establishments listed in the Business Register (BR). This database consists of over two million entries that cover businesses in all sectors of the Canadian economy. Because the CSP has always maintained its own inventory of companies in the areas we survey, the Business Register entries for the culture industries were untested and of uncertain quality. Much work was done to update the BR using the CSP's lists of companies.

The new survey program will be collecting data on industries rather than activities. That is, in the past, the CSP has worked to locate culture activity whether or not it takes place in an establishment that one would traditionally label as culture. For example, a university might manage an extensive archive of historical worth but the archive will be listed on the Business Register as education, as that is the primary commercial activity of that enterprise. Since education is outside the scope of culture industries that means that we will no longer have data on that archive in the survey of heritage institutions. However, wherever data can be reported for a separate establishment, we have worked to create these establishments on the BR so that we include, whenever possible, culture activities that otherwise would be invisible within a larger whole.

In addition, the new *Framework for Culture Statistics*[1] dictates the definition of the industries that fall within the realm of any of our subject areas. Use of the Framework requires adherence to the NAICS codes. In the area of sound recording, for example, the survey will be expanded to include additional industry activity which has not been collected in the past. So not only will we be collecting data on record production companies, but we will also survey integrated production and distribution companies, sound recording studios, music publishers and companies offering other sound recording services. Similarly, in the area of the performing arts, our coverage is now expanded from the not-for-profit sector to include commercial performing arts companies as well.

Survey sampling

Another working group addressed sampling issues. The CSP has always conducted censuses of culture activities and institutions; this means that we have sent questionnaires to all establishments known to us. This approach has required a large number of companies to complete our surveys each time. In line with standard Statistics Canada procedures, and in order to contain collection and processing costs as the number of culture companies continues to grow, we have moved to surveying a representative sample of these companies. This approach has involved extensive investigation into which key data variables best represent the character of an industry and can be used as sampling criteria. These key variables are often non-financial items, which is unlike the majority of survey work done at Statistics Canada. Most business surveys focus on financial variables such as income, revenue and personnel costs. Data which explore details about the products produced by a business and their characteristics (e.g., type, Canadian content, language, etc.) are not commonly surveyed. These types of characteristics are, of course, extremely important to the measurement of culture in this country, and so extensive work was done to ensure that we can continue to collect these data to the greatest extent possible.

We hope to meet these unique needs through several approaches. Generally, Statistics Canada does not survey the smallest establishments in an industry because of the respondent burden it poses to them.

---

1. Statistics Canada (2004), "Canadian Framework for Culture Statistics," *Research Paper Series*, Catalogue no. 81-595-MIE2004021, Statistics Canada, available at: http://dissemination.statcan.ca:8083/english/research/81-595-MIE/81-595-MIE2004021.pdf.

while exports went from $3.6 million in 1996 to $13 million in 2005. Much of this expansion in trade occurred between 1996 and 2003, however, and then slowed in 2004 and 2005.

What does the future hold for Canada's trade with China? Much depends on the nature of China's economic growth. However, increasing business with China has been a priority during the past decade for Canada's federal and provincial governments, which have sponsored numerous trade missions to the huge Asian market. In October 2005, the Canadian government announced its intention to invest in a Pacific Gateway strategy to improve transportation infrastructure and otherwise facilitate trade links with Asia.

China's integration into the world economy is one of the most important economic developments of the last decade. For most countries, this has meant an increase in imports of lower priced and mass produced goods.[11] Given the continued strength of the Canadian dollar through the first part of 2006, further advances in trade with China are likely. If this trend continues, China will become an increasingly important partner in Canada's culture trade.

11. Francine Roy, Statistics Canada, *Canada's Trade and Investment with China*, June 2005, available at: http://www.statcan.ca/english/freepub/11-010-XIB/0060511-010-XIB.htm.

Vik Singh was formerly an analyst with the Culture Statistics Program. **Miles Rowat** was formerly an analyst with International Trade Division.

□

The New Culture of the Culture Statistics Program

Mary Cromie and Marla Waltman Daschko

The Culture Statistics Program (CSP) has been Statistics Canada's chief source for analysis of the culture sector since the program's inception in 1972. This role will continue. However, the CSP is making substantial changes to the way it collects culture data and, in effect, the data themselves. This article is intended to inform users of these data, of the scope of these upcoming changes and how the CSP is managing the challenges presented by this transition.

How has the CSP changed?

In 2003, Statistics Canada's management determined that changes to the CSP were required, which would allow the program to achieve the dual goals of program stability and efficiency. These changes included the adoption of survey practices in use throughout the department and the transfer of certain phases of the survey process to another division in Statistics Canada – the Service Industries Division (SID). It was determined that these changes could be put in place while ensuring that data quality was maintained and enhanced wherever possible. An added dimension to this change, which is called the Culture Streamlining Initiative, would be to free up CSP staff from collection and processing tasks, allowing them to focus more on analysis.

What was behind these changes to the CSP?

For a number of years the CSP has been struggling with insufficient resources, given that sources of external funding have been limited and unstable. Costs have increased due to the growth in the number of new companies in most culture sectors, along with the continuous rise in the actual costs of collection per unit. In addition, internal budget cuts have necessitated cuts to survey output. Not only could annual data no longer be produced for all survey areas, but also in recent years, some surveys have had to be postponed or cancelled outright for the program to stay within its resource limits. These constraints have led to complaints from data users about a lack of current data and data not being available in a timely fashion.

Finally, the CSP had never adopted some of the survey practices prevalent throughout the rest of Statistics Canada. These include the use of the Business Register, survey sampling (rather than censuses), the application of the North American Industry Classification System (NAICS) codes to define the population being surveyed, provision of data to the System of National Accounts and production of annual (or biennial) data on a consistent basis.

How has this integration been managed?

The key decision was to transfer collection and data processing activities to the Service Industries Division. This major change required extensive liaison between the two Statistics Canada divisions to ensure that the transition is smooth and relatively seamless. As a result, numerous working groups were set up to address in detail the enormous challenges and changes of implementing the bureau's best practices. Specifically, one group has worked on new questionnaire content, another on improving the records for culture establishments in the Business Register, a third on sampling, another on collection and processing schedules and procedures and yet another on dissemination and analysis plans.

example, pushed export values to record levels in 2004 and 2005, but largely due to increased prices for oil and natural gas. Prices for culture goods exports, however, did not rise in the dramatic manner as those of industrial goods and thus did not drive up the overall value of culture goods exports as they did with exports of industrial goods and materials.[10]

Canada's trade balance worsens

In general, Canada's demand for imported culture goods outweighs foreign demand for Canada's culture products. The overall culture trade deficit has remained fairly constant over the 1996 to 2005 period, at about $1.6 billion per year. This was not the case, however, for culture goods trade with China. Canada's culture trade deficit with China has climbed steadily, from $75 million in 1996 to $265 million in 2005 (Table 4).

China was the second largest source of Canada's trade deficit in culture goods in 2005, following the United States. In addition, the deficit with China increased more than with any other trading partner between 1996 and 2005. China's share of the Canadian deficit in culture goods trade increased from 4% to 16% over the period, while the U.S. share declined from 82% to 57%. While all culture sub-sectors reported a trade deficit with China in 2005, writing and published works accounted for approximately 60% of the total culture trade deficit at $160 million.

Conclusion

Culture goods trade between Canada and China expanded greatly during the decade covering 1996 to 2005. Over the period, imports climbed from $78.3 million to $278 million,

10. *Statistics Canada*, International Merchandise Trade Annual Review, 2005, Catalogue no. 65-208-XIE, available at http://www.statcan.ca/bsolc/english/bsolc?catno=65-208-XIE.

Figure 3
Canada's trade balance with China worsened over the period

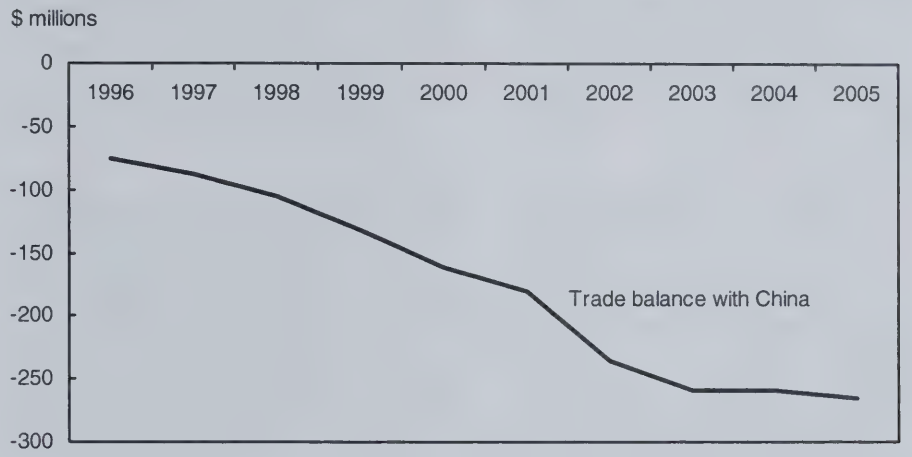


Table 4
Canadian trade deficit in culture goods (top 5 countries)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
						($000)				
Imports										
United States	2,625,742	2,865,474	3,003,638	2,993,441	3,024,673	3,103,894	3,204,407	3,153,722	3,060,979	3,068,503
China	78,273	92,107	109,697	137,125	165,975	186,365	243,473	269,713	275,172	277,984
France	126,779	137,790	151,593	156,965	162,590	159,145	170,553	178,870	189,680	231,279
United Kingdom	117,155	146,799	150,271	146,551	161,516	161,735	169,395	189,285	141,470	150,292
Japan	18,653	19,894	20,283	20,087	21,685	19,191	17,032	22,219	33,048	35,707
Total	3,098,932	3,405,200	3,608,843	3,648,193	3,729,805	3,855,554	4,028,850	4,065,201	3,934,285	4,039,277
Exports										
United States	1,117,706	1,237,768	1,550,052	1,789,456	2,008,077	2,184,824	2,358,089	2,309,936	2,210,267	2,126,928
China	3,562	3,891	4,936	5,742	4,763	6,107	8,331	10,940	15,476	13,039
France	18,206	17,212	16,639	22,077	11,688	12,555	9,726	25,890	26,818	38,431
United Kingdom	23,658	29,687	20,179	20,149	26,794	16,342	16,526	25,831	54,374	66,867
Japan	4,030	13,229	19,534	14,262	8,626	17,119	9,473	19,291	12,618	11,241
Total	1,254,453	1,377,138	1,672,567	1,894,917	2,103,277	2,286,876	2,458,042	2,465,578	2,398,350	2,373,762
Deficit										
United States	-1,508,036	-1,627,706	-1,453,586	-1,203,985	-1,016,596	-919,070	-846,318	-843,786	-850,712	-941,575
China	-74,711	-88,216	-104,761	-131,383	-161,212	-180,258	-235,142	-258,773	-259,696	-264,945
France	-108,573	-120,578	-134,954	-134,888	-150,902	-146,590	-160,827	-152,980	-162,862	-192,848
United Kingdom	-93,497	-117,112	-130,092	-126,402	-134,722	-145,393	-152,869	-163,454	-87,096	-83,425
Japan	-14,623	-6,665	-749	-5,825	-13,059	-2,072	-7,559	-2,928	-20,430	-24,466
Total trade deficit	**-1,844,479**	**-2,028,062**	**-1,936,276**	**-1,753,276**	**-1,626,528**	**-1,568,678**	**-1,570,808**	**-1,599,623**	**-1,535,935**	**-1,665,515**

Source: *Statistics Canada, Culture goods trade, Catalogue no. 87-007-XIE.*

decades. As a result of the removal of all quotas by January 1, 2005, plus China's continued emergence as a manufacturing powerhouse, imports of clothing from China increased nearly 50% to $3.0 billion in 2005.

Solid growth in Canadian culture exports to China

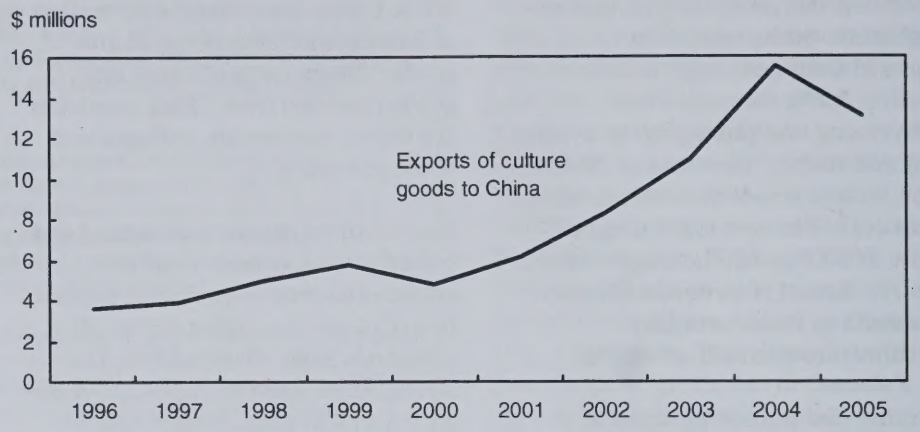
China was the fifth largest recipient of Canada's exports of culture goods in 2005. Culture goods exports to China experienced substantial growth over the period, rising from $3.6 million in 1996 to $13 million in 2005 (Figure 2). There are many factors which have contributed to the growth of Chinese demand for Canadian culture goods. Market access to every sector in China has improved with its increased integration into the world economy and especially since it joined the World Trade Organization in 2001.[9] In addition, China's booming economy, which grew by at least 7.5% annually between 2000 and 2005, also helped increase demand for foreign goods.

Leading the gain over the period were exports of advertising, film and video and writing and published works (Table 3). By 2005, advertising had become the leading category, making up a third of all Canadian culture goods exports to China. Film and video, which accounted for $2.7 million in culture exports to China in 2005, advanced its share of culture goods exports to 21% in 2005. The growth was fuelled mainly by exports of goods such as DVDs and video cassettes. Written and published works followed, with 23% of total culture goods exported to China in 2005 belonging to this category.

Writing and published works experienced a substantial drop in market share, however, from 51% in 1996 to 23% in 2005, as market shares of film and video and advertising surged ahead. Despite no longer being the largest category of culture goods exports to China, exports of writing and published works nevertheless rose 66% over the period, reaching $3 million in 2005.

While, overall, culture exports to China rose 266% over the period, they fell in 2005, as did Canada's total culture goods exports to all countries. However, total merchandise trade exports to China rose 9.2% in 2005. Increased prices for industrial goods and materials account for most of the overall increase in Canadian exports of these goods to China. Energy exports, for

Figure 2
Canadian culture goods exported to China experienced healthy growth over the period



9. Government of Canada (2003), "Canada-China Trade and Investment," available at: http://www.beijing.gc.ca/beijing/en/navmain/canada/602/index.htm.

Table 3
Culture goods exported to China

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Percentage share 2005	Percentage change (1996-2005)
							$000					
Film and video	198	384	1,104	2,000	2,635	1,762	2,598	5,065	9,203	2,748	21	1288
Writing and published works	1,814	2,005	863	1,233	952	3,651	4,491	2,930	4,049	3,018	23	66
Photography	334	161	59	95	125	122	236	393	827	1,613	12	383
Heritage	295	706	1,049	1,716	397	229	356	506	545	83	1	-72
Visual arts	503	392	816	107	342	200	181	344	404	1,223	9	143
Advertising	245	166	39	187	96	43	217	148	224	4,290	33	1651
Sound recording and music publishing	151	78	1,005	388	215	95	251	1,553	212	58	0	-62
Architecture	23	0	0	15	1	5	0	0	12	7	0	-70
Total	**3,562**	**3,891**	**4,936**	**5,742**	**4,763**	**6,107**	**8,331**	**10,940**	**15,476**	**13,039**	**100**	**266**

0 true zero or a value rounded to zero
Source: *Statistics Canada, Culture goods trade, Catalogue no. 87-007-XIE.*

While, overall, imports grew 1% in 2005, significant differences were observed in various subcategories of culture goods imports. Writing and published works continued its upward trend, although at a more modest 3.7%, compared with advertising and photography, which enjoyed healthy increases of 79.4% and 63.5%, respectively. Meanwhile, imports of film and video dropped 23% in 2005, while heritage declined 16.7%. Sound recording and music publishing, visual arts and architecture each fell about 7%.

Writing and published works and visual arts were the most often imported culture goods (Table 2). Writing and published works, which consist of books, newspapers, periodicals and other printed materials, accounted for more than half of all culture goods imported from China in 2005. Books accounted for the vast majority of these goods, representing 72.6% or approximately $118 million of the total imports of writing and published works in 2005. In 2003, China overtook the United Kingdom and France to emerge as the second largest source of Canadian imports of writing and published works.

At over $89 million, visual arts was the second largest category of culture goods imported from China in 2005 (Table 2). By 1999, China had become the principal source of Canada's imports of visual arts. In 2005, China accounted for 25% of all of Canada's imports of visual arts goods. The majority of visual arts goods imported from China consist of statuettes, ornaments, collages and decorative plaques.

Despite the dominance of writing and published works and visual arts, substantial growth in culture imports from China was evident across all categories from 1996 to 2005. The strongest increase in imports over the period was in photography, which rose from $618,000 in 1996 to almost $11 million in 2005. Imports of film and video also climbed considerably, from $592,000 in 1996 to $5.7 million by 2005.

In addition to more liberalized trade practices, the rapid rise of culture goods imports from China can be partially attributed to the increasing demand for low priced products from China.[7] Furthermore, prior to July 2005, China's currency, the yuan, had been pegged to the value of the U.S. dollar.[8] As the Canadian dollar appreciated over the period vis-à-vis the U.S. dollar, the relative price of goods from China declined.

In addition, Canada's growing Chinese population also likely increased demand for culture goods from China. As one of the country's largest minority groups, Canada's Chinese population grew from 860,150 in 1996 to more than a million residents in 2001, the majority of whom live in Ontario (47%) and British Columbia (35%).

While imports of culture goods rose only 1% in 2005, total Canadian merchandise imports from China hit $29.5 billion in 2005, an increase of 22.3% over 2004. The disparity occurred for several reasons. For example, Canadian companies shifted their sourcing of electronics and computer products from Japan to China, greatly increasing their imports of these products from China.

Secondly, the World Trade Organization agreed to disassemble the quota system that had regulated trade in textiles and clothing for

7. UNESCO (2005), "Did you know? International trade in cultural goods," available at: http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5028_201&ID2=DO_TOPIC. This study states that China's contribution to world cultural exports rose from 0.2% in 1985 to 8.9% in 1998, or 9.6% if Hong-Kong is included (UNESCO, 2005).
8. Since that time, the yuan has been pegged to a basket of currencies which includes the US dollar.

Table 2
Culture goods imported from China

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Percentage share 2005	Percentage change (1996-2005)
						$000						
Writing and published works	36,830	42,561	49,848	68,300	75,048	78,444	113,106	140,032	156,790	162,583	58	341
Visual arts	35,126	39,172	50,093	59,109	77,477	91,677	112,085	103,583	96,170	89,160	32	154
Film and video	592	711	1,714	1,815	2,515	2,865	4,878	6,697	7,363	5,670	2	858
Photography	618	972	1,518	1,442	2,854	4,453	5,194	4,917	6,710	10,968	4	1675
Advertising	1,581	1,146	1,499	1,800	2,866	2,496	1,751	2,916	2,670	4,789	2	203
Sound recording and music publishing	2,045	3,398	2,161	2,584	2,573	2,975	3,386	2,334	2,754	2,536	1	24
Heritage	1,358	4,035	2,775	1,928	2,581	3,443	3,098	9,144	2,512	2,090	1	54
Architecture	124	111	89	147	60	12	66	90	203	188	0	52
Total	**78,273**	**92,107**	**109,697**	**137,125**	**165,975**	**186,365**	**243,473**	**269,713**	**275,172**	**277,984**	**100**	**255**

Source: *Statistics Canada, Culture goods trade, Catalogue no. 87-007-XIE.*

What are 'culture goods'?

Goods are physical objects for which a demand exists, over which ownership rights can be established and whose ownership can be transferred from one institutional unit to another by engaging in transactions on markets. Goods differ from services in that they are products with physical properties, such as volume and mass, which can be assessed by direct examination of the goods themselves. Culture services, which are intangible products such as performances and broadcasts, are not considered in this article.

Culture goods include original and mass produced goods that contain culture content. Some examples of culture goods are: books, magazines, newspapers, postcards, calendars, films, videos, DVDs, sheet music, compact discs, cassettes, paintings (original and reproductions), photographs, sculptures, ornaments and figurines, off-the-shelf architectural plans and mass produced designs and drawings, advertising materials, coin and stamp collections and antiques.

Also included in the definition of goods is 'intellectual property' and royalty payments associated with the final sale of certain shipments of culture products. For a categorized and complete list of culture goods, see Appendix A of *Culture Goods Trade Data User Guide*, http://www.statcan.ca/bsolc/english/bsolc?catno=81-595-MIE2006040.

Compared to imports, China accounted for a lower proportion of Canadian exports its share of Canada's culture exports rose slightly from 0.3% to 0.5% over the period. By 2005, exports of culture goods to China reached $13.0 million and China became the fifth largest export destination for Canadian culture goods. Exports of culture goods to China also accelerated after China joined the World Trade Organization (WTO) in late 2001. The removal or lowering of trade barriers allowed Canadian companies to increase shipments to China.

Dramatic rise in imports of culture goods from China

Canada imported approximately $278 million in culture goods from China in 2005 (Figure 1). Although it remained a distant second to the United States, which accounted for 76%[6] of total culture goods imports in 2005, China's share of Canada's culture goods imports grew from 2.5% in 1996 to 6.9% in 2005.

With the exception of 2005, the annual percentage increases in imports from China surpassed those of Canada's other trading partners (Table 1). From 1996 to 2005, imports of culture goods from China increased 255%, compared to a 17% increase in imports from the United States and a 75% increase in imports from Canada's remaining trading partners. In fact, in most years, culture imports from China experienced double-digit increases, with the largest annual increase (30.6%) occurring between 2001 and 2002 (Table 1). In 2004 and 2005, however, growth in culture goods imports from China slowed to 2% and 1%, respectively. This coincided with the overall sluggishness in Canada's culture goods imports from all countries in 2004 and 2005, which fell 3.2% in 2004 and rose 2.7% in 2005.

6. The United States accounted for $3.1 billion of culture goods imported into Canada in 2005. The US share of culture goods imported into Canada has fallen in recent years, however, from a high of 84.7% in 1996 to 76% in 2005.

Figure 1
Big increase in culture goods imported from China

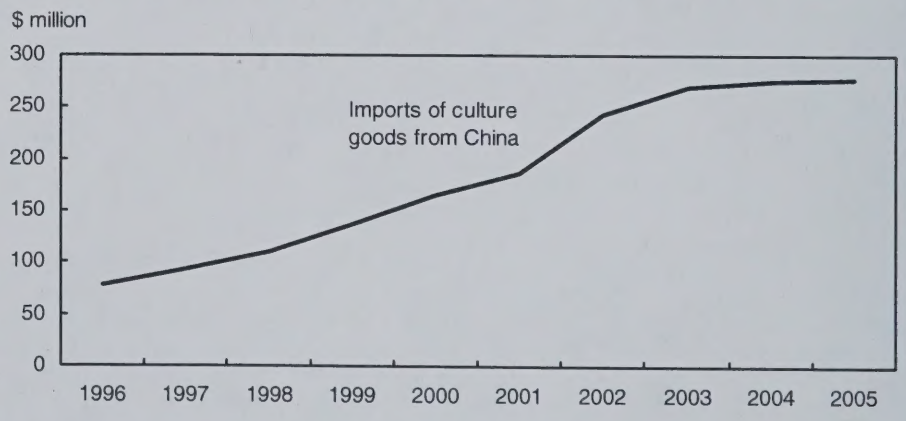


Table 1
Greatest percentage increase occurred in culture goods imports from China

	1996 to 1997	1997 to 1998	1998 to 1999	1999 to 2000	2000 to 2001	2001 to 2002	2002 to 2003	2003 to 2004	2004 to 2005	1996 to 2005
	percentage change									
Total imports from China	17.7	19.1	25.0	21.0	12.3	30.6	10.8	2.0	1.0	255.1
Total imports from United States	9.1	4.8	-0.3	1.0	2.6	3.2	-1.6	-2.9	0.2	16.9
Total imports from remaining countries	13.3	10.7	4.5	4.2	4.8	2.8	10.5	-6.8	15.8	75.4

Source: *Statistics Canada, Culture goods trade, Catalogue no. 87-007-XIE.*

306.0971 F683
v. 15, no. 3 (2006)

FOCUS ON CULTURE

Quarterly Bulletin from the Culture Statistics Program

Catalogue no. 87-004-XPB Vol. 15, No. 3

The rise of the dragon: The growing importance of China to Canada's culture goods trade

by Vik Singh and Miles Rowat

The People's Republic of China is now the world's sixth largest economy and the third largest trading nation, after the United States and Germany.[1] As China's economy has grown, so has Canada's trade with the Asian country. In 2005, Canada exported more than $6.6 billion in merchandise to China, a 9.2% increase. In the same year, Canada's merchandise imports from China rose 22.3% to $29.5 billion. China is now Canada's second largest trading partner, behind the United States.[2] With the increasing trade between the two countries, trade of culture goods has also surged, growing at a double digit pace every year from 1996 to 2003 before slowing in 2004 and 2005.[3]

Canadian demand for culture goods from China has been the source of most of the trade in culture goods between the two countries. Since importing $78.3 million worth of culture goods in 1996, Canadian demand accelerated at a feverish pace, with imports reaching almost $278 million in 2005. In 2000, China surpassed the United Kingdom and France to become Canada's second largest source of culture goods imports (after the United States).[4] Writing and published works and visual arts were the most commonly imported culture goods.[5]

1. Steve Grunau, *Feeding the Dragon: Canadian Exporters and a Booming China*, Statistics Canada, March 2006, available at: http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/listpub.cgi?catno=11-621-MIE2006037.
2. Francine Roy, Statistics Canada, *Canada's Trade and Investment with China*, June 2005, available at: http://www.statcan.ca/english/freepub/11-010-XIB/0060511-010-XIB.htm.
3. For statistical purposes, the culture goods trade data for China in this article include data for Hong Kong, Mongolia and Macao.
4. *Statistics Canada*, International Merchandise Trade Annual Review, 2005, Catalogue no. 65-208-XIE, available at http://www.statcan.ca/bsolc/english/bsolc?catno=65-208-XIE.
5. The data for this study were collected by the International Trade Division of Statistics Canada and compiled by the Culture Statistics Program. For further details, see: http://www.statcan.ca/english/freepub/87-007-XIE/87-007-XIE2005001.htm. All estimates are in current dollars.

In This Issue...

Articles:

- The rise of the dragon: The growing importance of China to Canada's culture goods trade 1
- The new culture of the Culture Statistics Program 6

Provincial and territorial data:

- Movie theatres, 2003-04 9

Did you know?

- Sound recording, 2003 10

CANADA GOVT. DOCUMENT NONDEPOSITORY

APR 0 6 2007

UNIVERSITY OF ILLINOIS AT URBANA-CHAMPAIGN

Statistics Canada Statistique Canada

Canada